

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**ENTRE REPRESENTAÇÕES E SIMULACROS:
A CONSTRUÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA NO MUNDO
VIRTUALIZADO**

JANINE FIGUEIREDO DE SOUZA JUSTEN

RIO DE JANEIRO
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**ENTRE REPRESENTAÇÕES E SIMULACROS:
A CONSTRUÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA NO MUNDO VIRTUALIZADO**

Monografia submetida à Banca de
Graduação como requisito para obtenção do
diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

JANINE FIGUEIREDO DE SOUZA JUSTEN

Orientador: Prof. Dr. Marcio Tavares d'Amaral

RIO DE JANEIRO
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Entre representações e simulacros: a construção da opinião pública no mundo virtualizado**, elaborada por Janine Figueiredo de Souza Justen.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Marcio Tavares d'Amaral
Pós-doutorado em Filosofia pela Universidade de Paris V Sorbonne Sciences Humaines

Prof. Paulo Roberto Gibaldi Vaz
Pós-doutorado em Filosofia pela Universidade de Illinois, Chicago

Profa. Marialva Carlos Barbosa
Doutorado em História pela Universidade Federal Fluminense – UFF

RIO DE JANEIRO

2013

FICHA CATALOGRÁFICA

JUSTEN, Janine Figueiredo de Souza.

Entre representações e simulacros: a construção da opinião pública no mundo virtualizado. Rio de Janeiro, 2013.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientador: Marcio Tavares d’Amaral

JUSTEN, Janine Figueiredo de Souza. **Entre representações e simulacros: a construção da opinião pública no mundo virtualizado**. Orientador: Marcio Tavares d'Amaral. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho visa demonstrar como a opinião pública se constrói através da mídia na contemporaneidade, problematizando a questão dos interesses do capital atrelados à lógica de mercado dos *jornais-empresas* em contraponto à motivação ideológica da chamada *mídia livre*. Procura-se ressaltar que são as novas versões, em paralelo às velhas versões (as tradicionais) – e não em substituição às mesmas – a grande guinada da cobertura jornalística atual. A crise da Verdade e dos referenciais parece abrir brechas para a insurgência de uma pluralidade de vozes que, mais do que imprimir *outras* impressões aos acontecimentos, dão ao fato uma imagem complexa, explorando as tensões de leitura e visões de mundo existentes entre jornalistas, os produtores de notícia, e a audiência, agora participativa. Através de uma abordagem crítica de cunho histórico-filosófico, pretende-se mapear os marcos da trajetória do pensamento ocidental para compreender, desde o nascimento da imprensa, a necessidade de se institucionalizar as práticas de comunicabilidade, apostando, majoritariamente, na regulação dos discursos. Como estudo de caso, um episódio de repercussão nacional, capaz de abalar as estruturas do cenário midiático do país ou, ao menos, suscitar alternativas ao manejo estrito da informação: as *Jornadas de Junho*.

*A meu pai, que me ensinou, no Amor, ser
esta vida uma escola e um hospital,
oferecendo sempre aos outros o melhor de si.
Sem medo, foi (e é) mestre e aprendiz, médico
e paciente, dividindo comigo seus últimos 24
anos nos mais bonitos exemplos.*

*Agradeço à minha família e aos meus queridos
amigos pelo apoio e entusiasmo, responsáveis
por deixar mais leve esta caminhada.*

*Marcio, meu professor exemplar, orientador e
psicólogo. Obrigada por acreditar em mim...
às vezes (muitas vezes) mais do que eu mesma.*

“Não é de admirar que esses pobres pré-modernos fossem loucos, perversos e desgraçados. Seu mundo não lhes permitia aceitar as coisas naturalmente, não os deixava ser sãos de espírito, virtuosos, felizes. Com suas mães e seus amantes; com suas proibições, para os quais não estavam condicionados; com suas tentações e seus remorsos solitários; com todas as suas doenças e intermináveis dores que os isolavam; com suas incertezas e sua pobreza - eram forçados a sentir as coisas intensamente. E, sentindo-as intensamente (intensamente e, além disso, em solidão, no isolamento irremediavelmente individual), como poderiam ter estabilidade?”

Aldous Huxley, Admirável Mundo Novo (1941)

SUMÁRIO

Introdução.....	1
1. Verdade.....	5
1.1. <i>Aletheia</i> : a Verdade do não-esquecimento.....	6
1.2. A crise da Verdade: dissolução de fundamentos e referenciais.....	11
1.3. As verdades: um novo paradigma?.....	15
2. Opinião Pública.....	20
2.1 Da cultura de massa à sociedade da informação.....	21
2.2 O <i>bios midiático</i> e a instrumentalização do afeto.....	24
2.3 Tudo se compra, tudo se copia.....	27
3. Informação Instantânea.....	32
3.1 Do jornalismo romântico à indústria da informação.....	35
3.2 O caso brasileiro.....	39
4. Fatos e Versões.....	45
4.1. As construções e as rupturas históricas.....	49
4.2. Outras vozes: o midiativismo.....	52
Considerações Finais.....	56
Referências.....	58

INTRODUÇÃO

A percepção de que a grande parte das posturas alternativas ao que vem se estabelecendo como discurso mais afiado às características socioculturais no mundo globalizado, o discurso pós-moderno, é de aspecto tecnofóbico ou reducionista, condenando a atuação dos meios de comunicação a uma ditadura midiática sem precedentes, é o que se constitui como motivação primeira deste trabalho. Assim, através de uma abordagem de cunho histórico-filosófico, o presente objeto de estudo é a análise dos mecanismos de construção da opinião pública na contemporaneidade, privilegiando, principalmente, o papel da mídia neste processo, pois se acredita serem as maneiras de transmissão do fluxo informacional as grandes responsáveis pela formação de um imaginário social de valores e identidades. Tudo isso em confluência com as lógicas da eficácia e da regulação mercadológica da produção de subjetividades, problematizando a condição pós-moderna que se apoia na crise dos fundamentos e da Verdade para decretar o fim da História, sem deixar que olhares radicais e reacionários assumam o controle da investigação.

Adotou-se como ponto de partida a noção foucaultiana de relações de poder, que atribui aos lugares de fala a legitimidade dos discursos e a disseminação de suas *verdades* e paradigmas através da difusão de enunciados sociais. A ideia é que se parta de uma abordagem macro para uma abordagem micro: da trajetória do conceito de Verdade, implicando diretamente na evolução histórica do pensamento ocidental – com direito a contradições e transformações semânticas, atentando aos períodos de contextualização de cada época para perceber particularidades e heranças assimiladas desde os tempos pré-socráticos – às *Jornadas de Junho*, marcadas pela multiplicidade de vozes nas reivindicações populares acerca de uma reforma política brasileira em potencial e por uma mobilização que transbordou os contornos das redes sociais, atingindo os centros urbanos de 350 cidades no país. Neste caminho, serão criticadas a prática da retórica, a representatividade das instituições e uma espécie de deontologia do jornalismo, na tentativa de perceber as nuances da atividade da sua fase romântica à recente conotação de *indústria da informação*.

A estratégia é traçar um diagnóstico do cenário midiático atual com o objetivo de entender a ascensão das *novas mídias*, que compõem a moderna conformação do midiativismo, em complemento às já consolidadas técnicas da mídia tradicional, cuja

característica mais marcante é a capacidade de atrelar interesses do capital a manejos políticos a fim de corroborar suas linhas editoriais mediante conquista de audiência – reflexos de visões de mundo bastante específicas, porém, majoritariamente travestidas de padrões de linguagem universais, de ideais neutros e imparciais, que buscam isentar os grandes veículos de pesares circunstanciais, como orientações partidárias e defesa descabida de pessoas públicas ou organizações associadas a governos e instituições financeiras. Não se trata de demonizar a prática jornalística tradicional, mas reconhecer o seu *status* de quarto poder assimilado no começo do século XX, que resultou numa particular ditadura das interações sociais, a partir de uma postura denunciante incorporada pela imprensa perante as outras instituições na tentativa de descredibilizá-las e conquistar o público em uníssono. Ao lado do Estado (e às vezes acima dele), essas organizações que antes eram legitimadas pelos acontecimentos, agora tratam de legitimá-los e essa inversão de papéis confere ao jornalismo função ícone das mediações simbólicas e reduz a informação à categoria de mercado.

Neste sentido, buscamos apontar a real importância das *versões* de um episódio de caráter nacional e atual, que tivesse sido capaz de abalar, senão provocar novas e diferenciadas performances, no campo midiático contemporâneo – as manifestações de junho. Vandalismo, luta por direitos, esquerda X direita, anarquia? Diversas foram as abordagens, os editoriais, veículos e plataformas que se apropriaram de discursos carregados de adjetivação e juízo de valor, ampliando-se o caráter opinativo em detrimento do exclusivamente informacional – que após a década de 1950 ganhou ares de mandamento obrigatório –, além de abrir precedente para que outros dispositivos ganhassem maior visibilidade na rede, como foi o caso da iniciativa *Mídia Ninja*. Na tentativa de entender esta nova confluência de verdades e interpretações, destaca-se o momento de insurgências que nos encontramos na atualidade, não para dizer que todas as versões se equivalem, as dos grandes conglomerados midiáticos e as da chamada *mídia livre*, mas para experimentar as tensões existentes entre cada uma delas. Pretende-se, portanto, demonstrar através de exemplos pontuais de que forma acontecem as deformações e distorções de um fato e sua repercussão, mas, também, argumentar que por essas mesmas diferenças de abordagem, se atinge (e se constrói) a mais completa riqueza de uma cobertura jornalística.

Os capítulos serão divididos em quatro e seguirão a seguinte ordem: *Verdade*, *Opinião Pública*, *Informação Instantânea* e *Fatos e Versões*, sendo os três primeiros de

exposição essencialmente teórica e o último de viés mais prático e próximo ao cotidiano do funcionamento da imprensa nacional. A disposição dos assuntos deve ser esquematizada levando em consideração a densidade de cada uma das propostas, obedecendo a uma malha de correntes acadêmicas decrescentes, ou seja, no início viajaremos da Grécia clássica à implicação de um *bios midiático*¹, com uma ampla carga de referenciais e correntes de pensamento, e, no final, as atenções se concentrarão em um estudo de caso, bastante singular, talvez único na história de nossas coberturas jornalísticas. De que maneira passamos de uma cultura oral, elitista e moralizante a uma outra, quase diametralmente oposta, cujas arestas se dissolvem imersas em relativismos e sentenças condicionais? Será este um novo paradigma de Verdade? Sabe-se que essas transformações não ocorreram ao acaso, de forma aleatória, apesar de serem frequentemente naturalizadas pelo senso comum. Assim, a proposta deste trabalho incita, por sua própria razão de ser, uma busca pelas relações de causa-efeito responsáveis pela concatenação desse cenário. Mas do que identificá-las e categorizá-las, etapas por demais automatizantes (e não automáticas), a intenção é problematizar a legitimidade do discurso apresentado ao público enquanto *verdade de um fato* e discutir as relações de poder e consumo aí presentes.

Com o encadeamento de ideias indicado anteriormente, pretende-se sustentar a hipótese de que junto à crise da Verdade, enquanto conceito absoluto e de função corretiva nos discursos, houve, em simultâneo, um florescimento do campo da opinião, deixado de lado a partir da virada do século XIX para o XX e retomado, com força, nos dias de hoje. Desde a invenção da prensa de Gutemberg, ainda em 1450, procura-se estabelecer marcos que sistematizem a produção e apreensão do conhecimento, para que possamos entender a tendência de fragmentação e segmentação das ciências tecnicistas advindas com a Modernidade e que parecem ter alcançado seu apogeu na lógica da eficácia. Entram, neste estágio, a percepção de um mundo globalizado, onde os Estados Unidos ocupam posição de *super potência*, exercendo influências definitivas sobre a cultura (o que se entende por hegemonia) e preferências nacionais. O jornalismo brasileiro, antes ajustado de acordo com às tradições francesas, que o aproximava consideravelmente de um jornalismo literário, efêmero e opinativo, se alinha às práticas norte-americanas para ser avaliado enquanto empresa e encontra nesta postura a segurança que lhe garante ascender à função

¹ Para aplicação e entendimento do conceito bios midiático, formulado por Muniz Sodré, foram utilizadas as obras *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede* (2002) e *As estratégias sensíveis: afeto mídia e política* (2006), devidamente listadas na seção “Referências” ao fim desta monografia.

de enunciador universal, processo já iniciado com a Revolução Industrial inglesa, sendo sacramentado no desfecho da Segunda Guerra Mundial.

A partir do século XVIII, portanto, a questão da aceleração temporal torna-se sensível com a aplicabilidade dos adventos tecnológicos de então e a necessidade de produção em larga escala. Podemos falar aqui em máquinas a vapor, telégrafos, inauguração de ferrovias e eletricidade, com variações de espaços de tempo cada vez menores entre uma ferramenta e outra, até chegarmos ao rádio e a televisão, com a cultura de massa, e, por conseguinte, à informática, com computadores portáteis, telefonia móvel e redes de acesso remoto. A influência do tempo no estilo de vida dos indivíduos não é novidade, mas seu caráter extremista que eleva a noção de instantaneidade ao topo da cadeia de produção de subjetividades, sim. Assim, assumindo as teses de Martín Barbero e François Hartog, que defendem o modelo *presentista* do hoje e do triunfo da efemeridade, nos quais as relações imediatas são promovidas a leis máximas de regulação das formas de sociabilidade, se planeja estabelecer marcos sólidos capazes de atrelar a questão historiográfica do tempo às transformações da linguagem ocasionadas, majoritariamente, pelo aperfeiçoamento tecnológico dos meios de comunicação, associando sempre esses acontecimentos a mecanismo de inserção e/ou exclusão sociais.

A identidade do homem contemporâneo não é mais um campo fechado, de valores restritos e pré-selecionados como se pensava até o século XIX, atrelados à boa conduta da moral e da ética defendida por Sócrates e Platão e reiterada pelo cristianismo. O intermediário sensorial, base de toda a produção *mass media* – que hoje não mais se limita ao impresso, mas se estende a outras plataformas ainda mais dinâmicas e interativas como o rádio, a televisão e a internet –, passa a ter efeitos decisórios na percepção de mundo do indivíduo, fazendo-o acreditar na suposta representação verossímil da vida cotidiana, que por tanto se reafirmar atinge o patamar da Verdade, condição alimentada agora, na dimensão virtual, pelos simulacros. E isso sem falar da vitrine de identidades que se coloca à disposição do público. Através dela não se precisa ser um, pode-se ser muitos. Portanto, mais do que um mero dispositivo técnico, pretende-se tratar da tecnologia como um tipo de prótese das faculdades humanas para questionar a suposta substituição do saber-saber (*episteme*) pelo saber-fazer (*techné*), buscando entender e pontuar as correlações existentes entre esta delegação de funções e a conformação dos pilares (caso ainda existam) do mundo contemporâneo.

1. VERDADE

“De que regras de direito as relações de poder lançam mão para produzir discursos de verdade?” (FOUCAULT, 2012, p.278). Em uma espécie de motivação partilhada, apoio-me nas ideias do pensador francês para iniciar essa discussão sobre o conceito da Verdade², sua trajetória, transformações semânticas e implicações simbólicas na história do pensamento ocidental. Este é, portanto, nosso ponto de partida para se chegar aos mecanismos de construção da opinião pública e consequente análise do papel do jornalismo na sociedade contemporânea.

Amplamente abordada nas obras *Ordem do Discurso* e *Microfísica do Poder*, a Verdade aparece não mais como um termo pleno, coercitivo e de função corretiva, assumido desde a *alétheia* aos dogmas da moral cristã, mas ao contrário, multifacetado e legitimador de lugares de fala dos mais variados: não só Igreja, mas também imprensa, Estado, universidades, família, só para citar alguns. O que está em jogo aqui é a difusão de discursos, instrumentos capazes de coibir, reduzir e manipular, mas também de gerar conhecimento. São, antes de tudo, mecanismos de poder, cuja dinamicidade indica uma interlocução ramificada.

(...) o discurso – como a psicanálise nos mostrou – não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é o objeto do desejo; e visto que – isto a história não cessa de nos ensinar – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar (FOUCAULT, 2008, p.10).

Através da busca do que essas instituições compreendem como sua própria verdade, postas em complexas redes de interesses, a sociabilidade não obedece mais, necessariamente, a regras verticais de hierarquia ou fluxos unidirecionais de comportamento, relativizando os conceitos de hegemonia³ e resistência, presentes agora em todos os patamares de interação com variações apenas no que diz respeito à intensidade.

A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade

² Quando grafada em letras maiúscula trata-se de um fundamento. Já para fazer menção apenas à ideia de discurso, não há esta necessidade.

³ Adotou-se aqui o uso marxista do termo *hegemonia*, que, de acordo com Norberto Bobbio, indica a direção intelectual e moral em virtude da qual uma classe consegue ser aceita como guia legítimo e obtém o consenso ou a passividade dos demais.

tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro (FOUCAULT, 2012, p.52).

Assim, para se entender a atual conotação de *verdade*, é necessário recorrermos, *a priori*, aos pré-socráticos, responsáveis pela experiência pioneira da *alétheia*, ainda no século VI a.C.. A “vontade de verdade” (FOUCAULT, 2008, p.18), historicamente institucionalizada, é estimulada pela própria ideia de humanidade, estando profundamente associada à questão da *arkhé*, como veremos mais adiante com a “essência do Ser” (HEIDEGGER, 1942, p.9), recuperada pelo filósofo alemão por volta dos anos 1930, cerca de 25 séculos depois das escolas gregas. Neste caminho, passaremos ainda por Nietzsche, que propôs a “transvaloração de todos os valores” (NIETZSCHE, 2009, p.50), opondo-se ao maior paradigma consolidado pelo homem até então: a *boa conduta*, os limites e as regras de uma postura *socialmente aceita*, privilegiando os impulsos instintivos com base no que ele determinou ser a *vontade de potência* (NIETZSCHE, 2002).

Numa tentativa de se eleger marcos do fio condutor das transformações do conceito em análise, chegamos a Foucault, cuja corrente teórica é dessas a mais recente e que aponta, claramente, novos contornos paradigmáticos da Verdade. Torna-se essencial, portanto, colocar em pauta os fundamentos do Real, como a objetividade e o *princípio da não-contaminação*, além de estabelecer uma discussão nos campos da ética e da epistemologia para traçar antagonismos aos quais, dos anos 1980 para cá, convencionou-se chamar de pós-modernidade, implicando fortemente na conformação dos modos de subjetivação contemporâneos.

1.1. *Aletheia*: a Verdade do não-esquecimento

A verdade filosófica (*alétheia*), pensada pela primeira vez em meados do século VI a.C., ainda com os pré-socráticos, significava aquilo que, ainda que oculto, não era esquecido. Segundo Heidegger, a *physis*, o mundo, e nós com ele, tenderíamos à ocultação, ao velamento, e os pré-socráticos, atentos a isso, estimulavam o jogo do (des)cobrimento. Na mesma medida em que a *physis* se escondia, também se desocultava. Esse movimento

de dar-e-reter de tudo que é, diferente, em essência, de todos os posteriores, caracterizou a primeira experiência ocidental da Verdade.

“A pro-dução conduz do encobrimento para o desencobrimento. Só se dá no sentido próprio de uma pro-dução, enquanto e na medida em que alguma coisa encoberta chega ao des-encobrir-se. Este chegar repousa e oscila no processo que chamamos de desencobrimento. Para tal, os gregos possuíam a palavra *alétheia*. Os romanos a traduziram por *veritas*. Nós dizemos “verdade” e a entendemos geralmente como o correto de uma representação (HEIDEGGER, 2002, p.16).

Foucault adiciona à discussão a questão das relações de poder. Historicamente construída e, por essa mesma história, sustentada sob constantes reafirmações, a busca pela Verdade teria se apropriado da produção de discursos para dispor de mecanismos de controle. Vale lembrar aqui, da severa estratificação dessas sociedades, rigidamente divididas por gênero e função⁴ – o que, para o filósofo francês, já constituía, em si próprio, um sistema de exclusão.

Separação historicamente constituída, com certeza. Porque, ainda nos poetas gregos do século VI, o discurso verdadeiro – no sentido forte e valorizado do termo –, o discurso verdadeiro pelo qual se tinha respeito e terror, aquele ao qual era preciso submeter-se, porque ele reinava, era o discurso pronunciado por quem de direito e conforme o ritual requerido; era o discurso que pronunciava a justiça e atribuía a cada qual sua parte; era o discurso que, profetizando o futuro, não somente anunciava o que ia se passar, mas contribuía para a sua realização, suscitava a adesão dos homens e se tramava assim com o destino (FOUCAULT, 2008, p.14-15).

A oposição entre o que nos faz distinguir um discurso verdadeiro de outro falso foi, portanto, o maior dilema da Antiguidade Clássica grega: sofistas, os pré-socráticos – cronologicamente classificados como tais, estando esse termo restrito aos pensadores pioneiros do século VI –, que acusados de mercenários atribuía quantias financeiras à prestação de seus serviços, *versus* os homens sábios e bons, de princípios, comandados por Sócrates, Platão e Aristóteles. Para eles, a *alétheia*, associada a deusa Mnemosine (a deusa da memória, a mãe das Musas), assume caráter de essência do dizer, exercendo função reguladora sobre todas as outras possíveis formas de discurso e estabelece a dicotomia originária entre o *falso* e o *verdadeiro*. Ao passo em que se autolegitima, baseada no princípio da não-contradição conceitual, almeja a “exata correspondência entre o pensamento e o ser” (GARCIA-ROZA, 2005, p.16). A verdade é, então, em simultâneo,

⁴ Da esfera política, por exemplo, só participavam os cidadãos: homens livres, maiores de 21 anos e nascidos no território em questão. O título excluía mulheres, escravos e estrangeiros, ainda que moradores locais há anos. Quanto às funções sociais, destacavam-se os pensadores e os militares, que, na maioria das vezes, assumiam cargos de chefe de estado.

causa e efeito de si mesma, julga e sofre julgamento ininterruptamente, sem cessar. E passa a constituir-se, em patamar absoluto, como termo pleno, remetendo a um sentido completo. Para Sócrates, apenas a Verdade seria produtora de conhecimento, já a retórica, despreocupada com as origens e implicações do que fala, geraria somente crença, nada além de uma técnica persuasiva.

SÓC. Na tua opinião, *saber* e *crer*, ciência e crença, são a mesma coisa ou diferem?

GÓR. Afigura-me, Sócrates, que diferem.

SÓC. E estás certo. Podes verificá-lo pelo seguinte: se alguém te perguntasse “Existe, Górgias, uma crença falsa e uma verdadeira?”, tu responderias que sim, penso eu.

GÓR. Realmente.

SÓC. E daí? Existe uma ciência falsa e uma verdadeira?

GÓR. De maneira alguma.

SÓC. Portanto, é evidente não serem a mesma coisa.

...

SÓC. Então, qual das suas persuasões cria a oratória, nos tribunais e demais ajuntamentos, a respeito do justo ou injusto? Aquela donde se origina o *crer sem saber*, ou aquela donde provém a ciência?

GÓR. Não há dúvida nenhuma, Sócrates; é aquela donde nasce a crença. (PLATÃO, 1989, p.63)

Mas para o Estrangeiro, em *O Sofista*, também de Platão, os homens do discurso, que detém as artimanhas do convencimento, são muito mais que meros bajuladores e charlatões. Em defesa da retórica e do método argumentativo para além da produção de conhecimento, ou seja, estendendo-a para fora dos limites do método socrático de investigação, o personagem acredita no caráter purificador da atividade. Ao ser refutado, o interlocutor do sofista, já desarmado e desmunido de contra-argumentos, perceberia-se livre do peso de uma *falsa opinião* ou de uma ideia maldita e não condizente às facetas do Real.

[*Os sofistas*] Formulam uma série de perguntas sobre assunto em que o interlocutor pensa responder com vantagem, quando a verdade é que não diz coisa com coisa; depois, aproveitando-se de sua desorientação lhe rebatem facilmente as opiniões, que eles amontoam na crítica a que as submetem e, confrontando umas com as outras, mostram como se contradizem sobre os mesmos objetos em idênticas relações e igual sentido. Os que se veem assim confundidos, acabam por desgostar-se de si próprios e passam a mostrar-se mais dóceis com relação aos outros; isso os livra do exagerado conceito que faziam deles mesmos, o que, de todas as liberações, é a mais agradável de se ouvir e a de melhor efeito para o interessado (PLATÃO, 2003, texto digital⁵).

⁵ Texto disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/sofista.html>.

Podemos apostar, então, em duros moldes para o que se convencionou socialmente como *certo* e *errado*? Apesar desta indagação ainda se fazer presente na contemporaneidade – posta em xeque principalmente com a Segunda Guerra Mundial como veremos mais adiante – à época dos pensadores gregos clássicos, a resposta foi “sim”, distinguindo-se, neste sentido, os homens sábios dos homens comuns, que deveriam seguir o regulamento da boa convivência vigorado pelos detentores de maior *status*. Nos diálogos de Platão, nota-se claramente a importância da verdade. Esta traz consigo o impacto das virtudes. A moral e os bons costumes se consolidam como pilares da humanidade: só haverá felicidade e progresso, caso haja virtuosidade. A retórica é julgada e punida, ato consumado. Em *Górgias*, Sócrates provoca o debatedor ao restringi-lo em função e atividade: “Ao seu gênero dou o nome de lisonjaria” (PLATÃO, 1989, p.78).

Isto é, sem conhecer em si mesmas essas categorias, o bom e o mau, o belo e o feio, o justo e o injusto, logra criar persuasão sobre elas ao ponto de, sem sabê-las, parecer, entre os não sabedores, saber mais do que o sabedor? Ou quem pretende aprender oratória precisa conhecê-las e deve aprendê-las antes de dirigir a ti? Se não, tu, o mestre da oratória, sem ensinar nada desse gênero ao teu discípulo – pois não é encargo teu – farás que, aos olhos da multidão, ele passe por entendido em tais matérias, embora não as conheça, e pareça bom sem que o seja? Ou não és de modo algum capaz de lhe ensinar a oratória sem que conheça de antemão a verdade a esses respeito? (PLATÃO, 1989, p.71-72)

Se o orador aprende justiça, deve ser justo. Se deve ser justo, não pode praticar injustiças. E o mesmo serve para todos os outros antagonismos: o bem e o mal, o belo e o feio, o verdadeiro e o falso. Para o berço da filosofia ocidental, não se pode fazer uso de técnicas que burlem a *boa política*, ainda que gritem, que clamem. O orador precisa ser “incapaz de usar da oratória para fins injustos e de querer delinquir” (PLATÃO, 1989, p.74).

Para Aristóteles, as relações causa-efeito em retrospectiva sempre dariam margem a se alcançar a causa dos sentidos, uma causa incausada, geradora de todas as coisas, *aitía*. A *razão de ser*, portanto, implica caráter de gênese na existência humana, motivando diretamente a necessidade de uma Verdade. De uma Verdade única, que deveria servir de base e meta para todos os *homens bons*. Era a essência da vida, a essência do mundo, do pensamento e do próprio homem: *physis* e *logos* em um mesmo conceito – a origem. Logo, abordar o significado de *alétheia* é perguntar pela essência do próprio ser. E perguntar pela essência do ser é buscar a sua própria verdade. Falar de *alétheia* é, portanto, falar da *Verdade do Ser*, num sentido para os pré-socráticos e em outro para a filosofia clássica.

Foi seguindo esta lógica que Heidegger buscou, 25 séculos depois da experiência grega da Verdade, ressignificá-la de modo atualizado, recuperando referências do período clássico, mas relendo atribuições circunstanciais e de contexto, como é o caso da questão da técnica moderna. Em *A Doutrina de Platão sobre a Verdade*, o filósofo alemão interpreta a ideia de *alétheia* trazendo à tona a noção de desvelamento, que, para ele, esteve presente na atividade platônica em sentido originário ainda que atrelada à função corretiva: o não-dito sobre uma mudança na determinação da essência da verdade que residiria na *alegoria da caverna*.

As coisas que estão fora da caverna, à luz do dia, onde uma vista (*Aussicht*) aberta de tudo se oferece, ilustram, na “alegoria”, as Ideias. Segundo Platão, se o homem não as tivesse – quer dizer, senão tivesse em vista a respectiva “evidência” das coisas, dos seres vivos, das pessoas, dos números e dos deuses –, nunca poderia apreender isto ou aquilo como casa, árvore ou deus. Geralmente, a pessoa pensa que vê diretamente essa casa, aquela árvore e, do mesmo modo, qualquer ente. De início, e na maior parte das vezes, o homem não suspeita de que vê sempre e somente à luz das “Ideias” tudo o que para ele vigora, tão facilmente, como “real”. Aquilo que única e propriamente se supõe real, o imediatamente visível, audível, palpável e calculável, permanece, segundo Platão, contudo, sempre apenas o obscurecimento da Ideia e, por conseguinte, uma sombra. Embora inconsistente, o que está próximo mantém cativo o homem, dia após dia. Ele vive numa prisão, e deixa para trás todas as “Ideias”. E, uma vez que ele nem sequer reconhece essa prisão como tal, considera a esfera cotidiana sob a abóbada celeste como o espaço da experiência e da capacidade de julgar que dão a única medida de todas as coisas e relações, e a única regra para sua organização e arranjo (HEIDEGGER, 1942, texto digital⁶).

Heidegger aproxima esta dificuldade do homem em desvelar as Ideias, em retirar a camada protetora sob a qual *esconde-se* a verdadeira forma de tudo o que é, do que Platão denominou *paideia*. Atestado como conceito de difícil tradução pelo próprio pensador, faz referência a uma suposta mudança comportamental, sendo uma espécie de adaptação e readaptação da essência do homem ao/no meio em que se insere.

A palavra *paideia* nomeia a reorientação do homem inteiro no sentido do deslocamento para fora da esfera do que vem imediatamente ao encontro e para um outro âmbito em que o ente aparece e a que o homem se adapta. Este deslocamento só é possível porque se transformam tudo o que até aqui era evidente ao homem e o modo como era evidente. Tanto o modo do desvelamento quanto o correspondente desvelado ao homem precisam transformar-se. Desvelamento se diz em grego *Alétheia*, palavra que se traduz por “verdade”. E “verdade” significa para o pensamento

⁶ Texto disponível em: <http://www.cfih.ufsc.br/~wfil/verdade.htm>.

ocidental, há muito tempo, a correspondência da representação pensada com a coisa: *adaequatio intellectus et rei* (id. ib., texto digital⁷).

E, como que em um entrelugar neste salto temporal para fazer jus a essa lacuna de correntes de pensamento, deparamo-nos com a modernidade e a crise dos fundamentos, que começa a ganhar corpo na virada do século XIX para o XX – provável motivação de Heidegger para repensar a questão da essência atrelada a ideia de progresso material e supervalorização da *techné* a partir de 1930: “Técnica é uma forma de desencobrimento. A técnica vige e vigora no âmbito onde se dá o descobrimento e des-encobrimento, onde acontece *alétheia*, verdade” (HEIDEGGER, 2002, p.18). Com o advento das tecnologias e dos meios de produção industriais, tem-se a hipervelocidade do tempo real e o desgaste do que se entendia, até então, como paradigma de pensamento absoluto, a crise dos fundamentos e dos referenciais.

1.2. A crise da Verdade: dissolução de fundamentos e referenciais

De certa maneira prevista por Nietzsche no fim do século XIX, a crise dos referenciais, que ganha corpo no século seguinte, é anunciada com Zaratrusta e a linguagem começa a mudar de figura. Deus está morto e o homem não deve, agora, mais ser julgado (condenado ou absolvido) por valores supra-terrenos. O que vale, para ele, é o palpável, o sensível, o impulso, o instante. Tem início a cultura do imediatismo.

O Super-homem é o sentido da terra. Diga a vossa vontade: *seja* o Super-homem, o sentido da terra. Exorto-vos, meus irmãos, a *permanecer fiéis à terra* e a não acreditar naqueles que vos falam de esperanças supra-terrestres. São envenenadores, que o saibam ou não. São menosprezadores da vida, moribundos que estão, por sua vez, envenenados, seres de quem a terra se encontra fatigada; vão-se por uma vez! Noutros tempos, blasfemar contra Deus era a maior das blasfêmias; mas Deus morreu, e com ele morreram tais blasfêmias. Agora, o mais espantoso é blasfemar da terra, e ter em maior conta as entranhas do impenetrável do que o sentido da terra. Noutros tempos a alma olhava o corpo com desdém, e então nada havia superior a esse desdém: queria a alma um corpo fraco, horrível, consumido de fome! Julgava deste modo libertar-se dele e da terra. Ó! Essa mesma alma era uma alma fraca, horrível e consumida, e para ela era um deleite a crueldade! Irmãos meus, digei-me: que diz o vosso corpo da vossa alma? Não é a vossa alma, pobreza, imundície e conformidade lastimosa? O homem é um rio turvo. É preciso ser um mar para, sem se toldar, receber um rio turvo. Pois bem;

⁷ Idem nota 6.

eu vos anuncio o Super-homem; é ele esse mar; nele se pode abismar o vosso grande menosprezo (NIETZSCHE, 2002, texto digital⁸).

Foram necessários aproximadamente 2.400 anos para que um pensador ousasse se declarar absolutamente contrário a tudo (ou quase tudo) em que se acreditava até então: a “transvaloração de todos os valores” (NIETZSCHE, 2009, p.50). A imoralidade, o ataque ao cristianismo e a morte de Deus configuram-se como novos paradigmas e a equação socrática “razão = virtude = felicidade” (id. ib., p.29) contraria “todos os instintos dos helenos mais antigos” (id. ib., p.29), sendo a moral, a reificação da antinatureza, que não passa de uma “idiossincrasia de degenerados” (id. ib., p.48), rebelando-se contra a própria vida. Nietzsche acreditava que a virtude de um homem era consequência de sua felicidade e não o inverso, como defendiam os gregos.

O mundo verdadeiro é – inalcançável? Em todo caso, não foi alcançado. E como tal também é *desconhecido*. Por conseguinte, também não é consolador nem salvador e não obriga a nada: a que uma coisa desconhecida poderia nos obrigar?... (Manhã cinzenta. Primeiro bocejo da razão. Canto de galo do positivismo) (NIETZSCHE, 2009, p.41).

Nietzsche equipara os dogmas da moral aos religiosos para justificar seu rompimento com a Igreja e seu modo de ver o homem e o mundo e acaba por introduzir os postulados do pensamento pós-moderno, como veremos a seguir. E vai além quando afirma que “*todos* os meios pelos quais a humanidade deveria se tornar moral foram radicalmente *imorais*” (id. ib., p.65).

O juízo moral, tal como o religioso, pertence a um estágio de ignorância ao qual ainda falta inclusive o conceito de real, a distinção entre real e imaginário: de modo que em tal estágio, ‘verdade’ designa somente coisas que hoje chamamos de ‘ilusões’. Por isso, o juízo moral jamais deve ser levado ao pé da letra: como tal, contém apenas disparates (NIETZSCHE, 2009, p.60).

Para onde vão o fundamento e o real vai igualmente a verdade. Em relação a esta, aliás, o empenho denegatório é mais agressivo, pois matando Deus, matamos também a História. Está finda. Segundo acreditava o niilista alemão, de nada vale uma “instrução que não estimula a vida, o saber que paralisa a atividade, os conhecimentos históricos que são somente um luxo dispendioso e supérfluo” (NIETZSCHE, 2005, p.68). Como *considerações intempestivas*, taxadas à época de importunas e inapropriadas, sobre as quais prefiro a qualificação inesperadas, Nietzsche traz a público a necessidade de compararmos e aproximarmos a nossa natureza de homem-animal, que de fato somos mas

⁸ Texto disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/zara.html>.

tentamos negar, à natureza um tanto quanto estereotipada e, por vezes glamourizada, que atribuímos aos animais-animais.

Este é um espetáculo duro [*observar um rebanho*] para o homem, este mesmo homem que vê o animal do alto de sua humanidade, mas que inveja por outro lado a felicidade dele – pois este homem só deseja isso: viver como animal, sem tristeza e sem sofrimento; (...) Mas ele se admira também consigo mesmo, pelo fato de não poder aprender o esquecimento e de sempre ficar prisioneiro do passado: por mais longe que ele vá, por mais rápido que ele corra, os seus grilhões vão sempre com ele. É um verdadeiro milagre: o instante, aparecendo e desaparecendo como um relâmpago, vindo do nada e retornando a ele, volta no entanto como um fantasma a perturbar a paz de um instante posterior. Uma após outra, as folhas se soltam do registro do tempo, caem e volteiam, depois voltam repentinamente a se pôr no colo do homem. Então, este diz: “Eu me lembro”, e tem inveja do animal que logo esquece e realmente vê cada instante morrer, caído na noite e na bruma, e desaparecer para sempre (NIETZSCHE, 2005, p.70-71).

É por viver de maneira a-histórica que esses seres nos fascinam⁹, ainda que pouco possamos compreender acerca de suas formas de interação com o meio que os rodeiam. E assim, Nietzsche termina de fazer sucumbir o legado dos pensadores gregos clássicos, levando todas as suas obras de encontro ao emblemático *crepúsculo dos ídolos*.

(...) o saber e a sensibilidade históricos de um indivíduo podem ser extremamente limitados, o seu horizonte pode ser tão estreito quanto o de um habitante de um vale alpino; é possível que ele se mostre injusto em todos os seus julgamentos e acredite deter a exclusividade de cada experiência que já fez – mas, a despeito de todos os seus erros e de todas as suas injustiças, ele goza de uma saúde e de um vigor irresistíveis, que todos os olhos veem com prazer; ao passo que, ao seu lado, um homem infinitamente mais justo e mais sábio do que ele definha e morre, pois as linhas do seu horizonte se deslocam sem cessar, ele não pode se desembaraçar da teia cada vez mais sutil da sua justiça e da sua verdade, para encontrar a imediatidade elementar do querer e do desejo (NIETZSCHE, 2005, p.75).

Assim, Nietzsche propõe o ponto de vista *supra-histórico*, que será apropriado, atualizado e radicalizado pelos pós-modernos, mas mantendo, em si, o prenúncio já avaliado pelo filósofo alemão mais de cem anos antes. Para ele, o homem *supra-histórico* seria capaz de reconhecer e aceitar que a “cegueira e a injustiça do indivíduo são as condições de toda ação” (NIETZSCHE, 2005, p.78), livrando-o da tentação de viver e participar da história. Ele “teria aprendido a achar em todo lugar – em cada homem e em cada acontecimento, nos gregos ou nos turcos, num momento qualquer do século I ou do século XIX – a resposta à questão do porquê e do como da existência” (id. ib., p.78).

⁹ Digo aqui *fascínio*, justamente por significar uma adoração cega, num misto de admiração, adoração e ignorância, que nos atropela a razão e os sentidos.

O discurso pós-moderno eclode, no fim do século XX, para romper definitivamente com as acepções vigentes do nascimento da Filosofia até o final do século XIX. Mas o que Nietzsche não esperava era que condenar por completo obsoletos os quatro grandes valores – Bom, Belo, Justo, Verdadeiro – instituídos por Sócrates e consolidados por Platão e Aristóteles, junto ao paradigma histórico perpetuado pelo mundo moderno, o Real e o Fundamento, e às noções de divindade cristã traria independência, mas também uma enorme angústia que hoje parece ter atingido arestas infinitas: o *mal-estar da pós-modernidade* – expressão adotada pelo sociólogo Zygmunt Bauman em clara alusão ao *mal-estar na civilização* de Sigmund Freud. “O mundo pós-moderno está-se preparando para a vida sob uma condição de incerteza que é permanente e irreduzível” (BAUMAN, 1998, p.32).

Há hoje, da década de 90 do século passado para cá, um tipo de discurso que se chama pós-moderno. (...) É disseminado, não faz unidade, não constitui escola, não defende, propriamente, doutrinas. É mesmo difícil de localizar na sua forma discursiva pura. Aliás, a noção de puro é estranha à sua eficácia de discurso (AMARAL, 2010, p.352).

Uma vez sustentada pela lógica da eficácia, a pós-modernidade imerge numa busca incansável por produção de resultados. Essa ditadura tecnológica faz com que os efeitos substituam as causas, subvertendo toda a metafísica de Aristóteles. O *para que serve* se apropria do *o que é*, o que, considerando Platão, aumenta significativamente a probabilidade do erro. Válido agora, só mesmo o rendimento e a performance. Para os pós-modernos, “o real, a verdade e o fundamento fazem obstáculo à eficácia, são uma teimosia ressentida que se levanta contra o acontecimento representado pelo advento tecno-lógico” (AMARAL, 2010, p.353).

(...) é *como se* para eles [os pós-modernos] o ato de pensar tivesse a ver intrinsecamente com a eficácia de um mundo crescentemente regido pela fusão entre o saber-saber que desde os antigos gregos, pelo menos, carregou o peso da verdade, e o saber-fazer, que também arcaicamente, e também gregamente, vinha suportando aquelas coisas que nós, humanos, acrescentamos ao que há e se dá de si mesmo (AMARAL, 2010, p.352).

A pós-modernidade carrega um pessimismo extremo, como que em protesto às promessas não cumpridas pela modernidade. Os ideais de liberdade, fraternidade e igualdade da Revolução Francesa não têm mais espaço na sociedade contemporânea, dando lugar a “categorias zumbi” (BAUMAN, 2001, p.12), mais mortas do que vivas, que

caracterizam os *tempos líquidos*¹⁰. Para os pós-modernos, estamos diante de uma sociedade cínica, incapaz de intervir em sua própria realidade. “Onde nada mais há, um pós-tudo pode finalmente advir, sem passado, sem causa, sem continuidade. *Quase* sem tempo. Para esse advento é que a História deve acabar” (AMARAL, 2010, p.357). Assim, “o fim da História é *condição*, e não consequência, do advento pós-moderno” (ib. id., p.357). É preciso negar os alicerces, pois há necessidade de se livrar do fundamento. E esse vazio consome, suga, se apodera do homem.

Por toda a parte, hoje em dia, é preciso reciclar os detritos, os sonhos, os fantasmas; o imaginário histórico, feérico, lendário das crianças e dos adultos é um detrito, o primeiro grande resíduo tóxico de uma civilização hiper-real (BAUDRILLARD, 1981, p.22).

Mas uma coisa é certa, talvez para nosso dissabor: na ausência de fundamento, e esvaziado o real do seu antigo poder de atração, a verdade não se funda nem se refere. E não representa nada.

1.3. As verdades: um novo paradigma?

As câmaras de gás do exército nazista e as bombas atômicas de Hiroshima e Nagasaki, lançadas em derradeira pelos Estados Unidos no final da Segunda Grande Guerra, foram um divisor de águas. Elas evidenciaram sua incontestável eficácia na solução de problemas, levando o radical da verdade a sofrer um choque séptico, e o que ainda convinha chamar *real* pôs-se num assustado pânico. Ficou difícil distinguir com exatidão o que é ficção do que é realidade, ficou difícil questionar. Em 1989, cai o Muro de Berlim, o último grande embargo histórico da modernidade e as vidas humanas perdem (ou simplesmente deixam de lado) o enredo das grandes narrativas. O avanço das tecnologias foi tamanho e tão veloz, que nos atirou bruscamente numa outra dimensão de mundo – a virtual. O real, já desinteressante, não é mais capaz de dar conta de conceitos como *fundamento* e *verdade*, porque esses pilares são, agora, obstáculos à eficácia e caminham em sentido oposto à aceleração do tempo (AMARAL, 2011).

Baudrillard batizou a nossa época de “era da simulação” (BAUDRILLARD, 1981, p.9), condição intimamente ligada a crise da representação promovida pela falência dos referenciais. Isto porque a simulação é capaz de eliminar a verdade e a causa objetiva por

¹⁰ *Tempos líquidos* (2007) é uma obra de Zygmunt Bauman, que aponta a insegurança como a grande característica da vida hoje nas grandes metrópoles.

completo a partir de práticas verossímeis, ou seja, promovendo a imagem do real em dimensões virtuais. É pura imagem de imagem, de imagem, de imagem... a ponto de já não sabermos mais o que ou quem conferiu o estímulo original. E assim nascem e se consolidam os simulacros, já sem começo ou fim, mas de presença garantida e estrutural em nossa percepção de mundo. Para o pensador francês, “fingir, ou dissimular, deixam intacto o princípio da realidade” (BAUDRILLARD, 1981, p.9), enquanto que a simulação “põe em causa a diferença do ‘verdadeiro’ e do ‘falso’, do ‘real’ e do ‘imaginário’” (id. ib., p.10).

A simulação parte, ao contrário da *utopia*, do princípio de equivalência, parte da *negação radical do signo como valor*, parte do signo como reversão e aniquilamento de toda a referência. Enquanto que a representação tenta absorver a simulação interpretando-a como falsa representação, a simulação envolve todo o próprio edifício da representação como simulacro (BAUDRILLARD, 1981, p.13).

Assim, a identidade do homem contemporâneo não é mais um campo fechado, de valores restritos e pré-selecionados como se pensava até o século XIX. E, na contramão da descrença nas instituições, antes norte de conduta e instrumentos de forte coerção social, ganha forma a intensa ascensão do intermediário sensorial como base de toda a produção *mass media*, a grande reguladora de interações inter-indivíduos e indivíduos-meio – talvez esteja aí o maior reflexo da angústia que falamos há pouco; perdido, o homem delega sua própria subjetivação à mídia, acreditando numa suposta representação verossímil da vida cotidiana, que por tanto se reafirmar atinge o patamar da Verdade, condição alimentada agora, na dimensão virtual, pelos simulacros. “As representações midiáticas de indivíduos, grupos, instituições e acontecimentos formam como que a matéria-prima a partir da qual os indivíduos pensam sobre si mesmos e o mundo” (FREIRE FILHO & VAZ, 2006, p.7). Mas vale frisar que “o poder disciplinar não destrói o indivíduo; ao contrário, o fabrica. O indivíduo não é o outro do poder, realidade exterior, por ele anulado; é um de seus mais importantes efeitos” (FOUCAULT, 2012, p.25), o que aumenta a gama de variáveis no esquema de forças das redes de sociabilidade atuais.

De acordo com o relatório de pesquisa do Ibope¹¹ sobre avaliação da credibilidade das instituições nacionais, os meios de comunicação estão muito à frente de órgãos político-sociais consagrados como o Congresso Nacional e os partidos políticos – ambos

¹¹ Dados auferidos a partir de pesquisa de opinião pública realizada pelo Ibope Inteligência, disponíveis em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/relatoriospesquisas>. Último acesso: 25/10/12, às 3h.

não inspiram “nenhuma confiança”, o que deixa clara a extrema influência midiática sobre a opinião pública e reforça a conjuntura pós-moderna de *categorias zumbi* e neoliberais, de desregulações do Estado, assunto ao qual retornaremos com maior profundidade no capítulo seguinte. “O mundo contemporâneo aparece com toda a sua complexidade via expressão narrativa dos meios de comunicação” (BARBOSA, 2007, p.234).

Neste sentido, alcançamos a esfera da autoridade de discurso, dos lugares de fala, que apesar da crise da Verdade, mantêm (quicá aumentam) sua relação direta com o poder enquanto legitimidade, mas que, em simultâneo, expõem sua fragilidade na pluralidade de vozes das novas mídias como um *nó de rede*. “O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas, os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer esse poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre centros de transmissão” (FOUCAULT, 2012, p.283). Para Muniz Sodré (2006), é esta a constatação que denota não a ingênua vulnerabilidade dos homens à manipulação absoluta da mídia, como defendido pelas clássicas teorias da Escola de Frankfurt, mas a inevitabilidade dessa interação de interdependência que ganha corpo na atualidade, constituindo o que ele entende por “bios midiático”¹² (p.99) – conceito articulado quase que em relação causal à construção da opinião pública na contemporaneidade e às suas múltiplas vias de consumo.

Segundo Foucault (2008), é a *vontade de saber* que origina a *vontade de verdade*. Mas, tendo em vista a delegação do poder do discurso, em larga medida, à mídia e em especial ao jornalismo, essa legitimidade da informação e dos acontecimentos passa a atrelar-se, cada vez mais, ao que chamamos de *verdade jornalística*. E como qualquer outro organismo detentor de poder, tem nas mãos tanto as ferramentas para coibir como para estimular a produção alheia. O público, não mais percebido em sua passividade extrema, exige conteúdo, o produz e o reitera.

(...) se o poder só tivesse a função de reprimir, se agisse apenas por meio da censura, da exclusão, do impedimento, do recalcamento, à maneira de um grande superego, se apenas se exercesse de um modo negativo, ele seria muito frágil. Se ele é forte, é porque produz efeitos positivos no nível do desejo – como se começa a conhecer – e também no nível do saber. O poder, longe de impedir o saber, o produz (FOUCAULT, 2012, p.238-239).

¹² De acordo com o autor, o “bios midiático” é uma metáfora conceitual empregada para designar a comunicação em tempo real e espaço contínuo, que imprime à comunicação e, por conseguinte, às relações humanas um outro paradigma epistêmico influente tanto na produção de subjetividade quanto na configuração cultural do hoje.

É à luz dessa noção positiva de poder que se pode pensar a respeito do nascimento de um novo paradigma da Verdade na contemporaneidade: as verdades. Estendendo a ideia de fato para além do acontecimento em si, mas acoplando à sua conformação também suas versões proliferadas por uma mídia gradativamente mais plural, impulsionada pela popularização do acesso à internet e pelas tecnologias móveis de acesso remoto, chegamos a um *outro sistema* (e não a um *fora do sistema*), onde o discurso das grandes empresas jornalísticas tido como oficial, pode ser questionado e complementado – o que complexifica e valoriza a percepção dos fatos, ao contrário de restringi-la e dicotomizá-la. É o cenário perfeito para consagrar “a utopia das mídias digitais, ‘eu-cêntricas’, nos quais ‘o que importa é que tragam o conteúdo que eu quero, quando eu quero, no formato que eu quero’, segundo a terminologia eufórica de seus difusores” (TUCHERMAN in FREIRE FILHO & VAZ, 2006, p.134).

Vivemos em uma sociedade que, em grande parte, marcha ao “compasso da verdade” – ou seja, que produz e faz circular discursos que funcionam como verdade, que passam por tal e que detêm por esse motivo poderes específicos. A produção de discursos “verdadeiros” (e que, além disso, mudam incessantemente) é um dos problemas fundamentais do Ocidente. A história da “verdade” – do poder próprio aos discursos aceitos como verdadeiros – está totalmente por ser feita (FOUCAULT, 2012, p.346).

A partir daí, podem-se tecer hipóteses complementares ao estudo de Heidegger na busca pela *salvação*.

A ameaça que pesa sobre o homem, não vem, em primeiro lugar, das máquinas e equipamentos técnicos, cuja ação pode ser eventualmente mortífera. A ameaça, propriamente dita, já atingiu a essência do homem. O predomínio da com-posição arrasta consigo a possibilidade ameaçadora de se poder vetar ao homem voltar-se para um desencobrimento mais originário e fazer assim a experiência de uma verdade mais inaugural (HEIDEGGER, 2002, p.30-31).

Não se trata de propor uma intervenção ressentida e reacionária, que condene os avanços materiais e progressos tecnológicos, já que se reconhece em absoluto todas as suas benesses. A questão aqui é apresentar alternativas a esse discurso tão problemático, o pós-moderno, na tentativa de impedir sua assimilação, em uníssono, como fala social predominante, não só excludente por natureza¹³, como também automaticista e de caráter superficial. Talvez, dialogando com as inquições do pensador alemão, alcancemos o

¹³ Segundo Marcio d’Amaral, estão condenados a uma “África de sofrimento” (2011, referência verbal) cerca de três bilhões de pessoas no mundo. Excluídas da globalização por tradicionalismos culturais ou por falta de poder aquisitivo para consumo, assim permaneceram, uma vez que é necessário para o *bom funcionamento* do sistema esta radicalização do que antes se chamava *exército de reserva*.

patamar da *salvação* não apenas pela arte, como ele acreditava, mas que junto aos poetas estejam os comunicadores sociais, profissionais hoje responsáveis, em grande parte, pela formação de identidade e intelecto dos indivíduos – seja ela no entendimento de si próprio ou do outro. Em substituta às referências das grandes narrativas, a mídia. Isto é um fato. E está consumado.

2. OPINIÃO PÚBLICA

Extremamente conectada à questão da verdade, a *opinião pública* foi entendida, por séculos, como aquilo que se propaga, ou se deseja propagar, por um único interlocutor ou um grupo, na tentativa de alcançar e convencer o maior número de pessoas possível a partir de um mesmo discurso. Mas neste momento em que vivemos, de transição entre uma comunicação centralizada, unidirecional e vertical para uma comunicação de relativa interatividade e multimidialismo¹⁴, essa noção de opinião pública passa a implicar, também, uma expansão das rígidas fronteiras entre emissor e receptor das mensagens, tornando complicado estabelecer pólos esquemáticos de fluxos de informação.

A noção de opinião pública contrapõe-se à postura de passividade, sendo classificada de ativa. Ela é compreendida como portadora de ideias, sentimentos e tendências à ação que em milhares e milhares de homens se desencadeiam no mesmo sentido, face a determinados fatos da atualidade (CARVALHO, 2012, p.37).

Classificada como mutante e efêmera, a opinião, por natureza, carrega o peso da instantaneidade, selando um pacto quase perfeito com o cenário do imediatismo atual, que, de acordo com as teorias de Martín-Barbero e Jean Baudrillard, é amnésico, acelerado e autista, cujos objetos produzidos são para fins de consumo necessitando rapidamente de substituição. Em confluência com a lógica da eficácia, indo de encontro às regras do sistema econômico vigente (o capitalismo, que traz como pano de fundo o mundo globalizado) e à ideia dos simulacros – uma vez que disseminada, torna-se apenas imagem de imagem de imagem, indicando, em alta potência, uma replicação viral –, a opinião pública consolida um paradoxal vínculo sócio-identitário, de forma quase estrutural, com as atividades da imprensa: a partir dela segmentam-se audiências, nichos urbanos, categorias profissionais etc., o que a coloca em posição cobiçada de mercadoria com poderoso valor agregado.

[*A opinião pública*] É um complexo de ideias, dos sentimentos, das tendências, que segundo determinações especiais das faculdades superiores, induz um considerável grupo de homens a reagirem e agirem identicamente diante de certos fatos da atualidade, conexos aos problemas da vida social (MORLION *apud* CARVALHO, 2012, p.38).

¹⁴ Em *Antropológica do Espelho – Uma teoria da comunicação linear e em rede* (2002), Muniz Sodré expõe, de maneira bastante embasada, a transformação da antiga *cultura de massa* para uma *sociedade de informação*, apontando a circulação acelerada de um grande volume de dados como principal diferencial entre os marcos. O historiador britânico Peter Burke, ao traçar um panorama para a história social do conhecimento, da prensa de Gutemberg ao Wikipédia, partilha das mesmas motivações que o pesquisador brasileiro. Esta passagem será tratada, com mais detalhes, no tópico 2.1. deste capítulo.

Substrato midiático, a informação é a imagem especular dos acontecimentos formada pela instrumentalização dos recursos de linguagem e matéria-prima para a construção da opinião pública a respeito de um determinado tema. Desprovida de quaisquer traços de neutralidade ou objetividade – para contrariar a lógica do utópico *bom jornalismo*, como veremos em um breve histórico no próximo capítulo –, a informação é sempre uma interpretação e, por isso, carrega consigo não só a visão de mundo de quem a enuncia, como também suas impressões e pontos de vista. “Não há aí uma *influência* sobre a realidade, mas ao contrário a *constituição* de uma realidade” (SODRÉ, 2006, p.99).

2.1. Da cultura de massa à sociedade da informação

No início do século XX, por volta dos anos 30, surge a Escola de Frankfurt e sua *Teoria Crítica*, trazendo a ela associados pensadores como Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse e Walter Benjamin. Contemporâneos à ascensão do nazifascismo, esses estudiosos se aproximaram dos ideais de Max Weber sobre o *desencantamento do mundo*¹⁵ e aos postulados marxistas da luta de classes, apostando em teses sociológicas de vieses bastante radicais, que condenavam a indústria cultural às intenções de uma ideologia de dominação única, cuja comercialização de valores e ideias seria sua principal forma de atuação: previsibilidade e padronização das consciências alienadas.

Contrariando as afirmativas da Escola norte-americana *Mass Media Communication Research*¹⁶, que defendia a neutralidade dos meios de comunicação existentes e a disseminação democrática do gosto popular, os frankfurtianos reforçavam a corrente de definição de cultura como algo fabricado. “Onde a sociologia americana via o consumidor como sujeito do processo, a Escola o vê como o objeto das grandes empresas. Os indivíduos seriam manipulados para se conformar ao papel de consumidores no mercado de bens culturais” (ORTIZ, 1985, p.14). De contornos absolutamente

¹⁵ O teórico alemão Max Weber (1854-1920) ficou conhecido na academia por seus estudos acerca de sociedade e religião, mais especificamente, o protestantismo em *A ética protestante e o “espírito” do capitalismo*. Apontando a racionalidade como a grande característica dos tempos modernos, Weber desenvolveu a noção de *desencantamento do mundo*, que ascende as relações lógicas do desenvolvimento tecnocientífico em detrimento da tradição.

¹⁶ Esta Escola, contemporânea à frankfurtiana, trouxe a carga positiva da modernização das técnicas de informação e entretenimento de maneira também radical. Em simultâneo à consolidação do capitalismo e ascensão dos Estados Unidos como a grande potência mundial do pós-guerra, os teóricos norte-americanos estimularam o desenvolvimento de Hollywood e dos meios de comunicação de massa, principalmente do rádio e da televisão, acreditando ser essa a possibilidade da democratização do conhecimento.

antilibertários, a cultura, para eles, seria, portanto, um instrumento produzido pelas elites em função da técnica para eliminar as diferenças sociais, reprimir e facilitar o controle das massas.

A passagem do telefone ao rádio separou claramente os papéis. Liberal, o telefone permitia que os participantes ainda desempenhassem o papel do sujeito. Democrático, o rádio transforma-os a todos igualmente em ouvintes, para entregá-los autoritariamente aos programas, iguais uns aos outros, das diferentes estações. Não se desenvolveu nenhum dispositivo de réplica e as emissões privadas são submetidas ao controle. Elas limitam-se ao domínio apócrifo dos “amadores”, que ainda por cima são organizados de cima para baixo. No quadro da rádio oficial, porém, todo traço de espontaneidade no público é dirigido e absorvido, numa seleção profissional, por caçadores de talentos, competições diante do microfone e toda espécie de programas patrocinados. Os talentos já pertencem à indústria muito antes de serem apresentados por ela: de outro modo não se integrariam tão fervorosamente (ADORNO & HORKHEIMER, 1969, p.58).

Segundo esses teóricos, o conceito de *indústria cultural* não se resumia à produção, mas estendia-se também a reprodução e distribuição dos produtos, articulação capaz de proporcionar uma manipulação total. Assim, são incluídos os profissionais da mídia e da arte, como jornalistas, músicos e atores, à essa imbricada rede de interesses. Tudo estaria em consonância para que os bens culturais se tornassem mercadorias de alta rotatividade e, obviamente, fornecedores de pouco ou nenhum conteúdo – as *falsas verdades*, responsáveis por velar as reais intenções dos dispositivos de manipulação a partir dos quais os dominantes se afirmariam sobre os dominados sem quaisquer resistências. O esquema de emissão de mensagens aqui é simples: falante ativo (emissor) > ouvinte passivo (receptor); sem ruídos ou interlocuções paralelas, regendo um fluxo de informação vertical, extremamente hierárquico e unidirecional.

Os frankfurtianos partem da hipótese que a consciência não é mais livre na sociedade industrial uma vez que a realidade tecnológica envolveu a todos. A unidimensionalidade das consciências implica no fim da separação entre realidade e ilusão, a ideologia não mais se referindo ao mundo das idéias mas ao próprio processo produtivo (ORTIZ, 1985, p.5).

De um lado, a veiculação de uma cultura homogênea, estimulada pela publicidade, que traria apenas lazer e entretenimento ao público, afastando-o de uma reflexão crítica acerca de sua condição social numa posição de passividade e conformismo sem fim. De outro, a importância do acesso e difusão da informação a parcelas populacionais que antes dos meios de comunicação de massa não teriam acesso ao funcionamento da sociedade capitalista e estariam dela excluídas antes mesmo de saberem do que se tratava. Mas entre

os pólos, uma alternativa mais sóbria e madura analisa a produção e difusão dos bens culturais, elegendo o termo *cultura de massa* como o referencial teórico adequado.

Umberto Eco, em 1964, relativiza a teoria comunicacional vigente até então e classifica como *apocalípticos* aqueles que catastrofizam o processo, destacando apenas os seus aspectos negativos, e *integrados* aqueles que, por outro lado, endeusam a atuação midiática de maneira ingênua. Buscando um equilíbrio entre as colaborações extremistas da Escola de Frankfurt e da norte-americana *Mass Media Communication Research*, o pensador italiano pondera a questão: reconhece a origem burguesa da produção cultural e a crítica diretamente em todo o texto, mas deixa claro incomodar-se profundamente com o caráter paralisante das observações alemãs, aspecto-chave da tese que impediria intervenções e ações transformadoras no cenário fundamental da constituição das identidades humanas na contemporaneidade – a mídia.

Hoje, a discussão se dá no âmbito da *sociedade da informação*, um patamar acima daquele consolidado pela cultura de massa. Para Muniz Sodré, o que define esta passagem histórico-temporal é o fenômeno da *mutação tecnológica*, decorrente da maciça concentração de capital nas áreas da ciência para investimentos em engenharias capazes de acelerar as relações temporais, encurtar (ou extinguir) distâncias físicas e recrutar memória suficiente afim de arquivar, propagar e gerir sinais comunicacionais de todos os tipos. “O modelo binário de ‘elite’ e ‘povo’ é simplista demais, como os historiadores da cultura popular descobriram uma geração atrás. É preciso distinguir vários graus de distância cultural e diversos públicos ou audiências” (BURKE, 2012, p.113). As estruturas de poder permanecem, os “corretores do conhecimento” (id. ib., p.114) igualmente, mas as vias de transmissão se multiplicam a ponto de embaçarem e distorcerem as duras estratégias da vigilância.

Sobre este último tipo de informação incide principalmente a mutação, que favorece o intercâmbio ampliado e acelerado entre nações. Sobre os novos produtos não paira mais o temor – típico dos anos 1960 e 1970 – de destruição da “alta cultura” por uma suposta homogeneização inapelável da “cultura de massa”, uma vez que as fronteiras entre ambas se apagam diante da onda planetarista da globalização ou da chamada “sociedade da informação”, indiferente a tudo que não seja a velocidade de seu processo distributivo de capitais e mensagens (SODRÉ, 2002, p.12).

Na contramão da crise da Verdade, a opinião ascende e se assume como via de participação popular nos processos de comunicação dos grandes meios midiáticos. À medida que as indústrias de telefonia e computação avançam, ao invés de uma política de

substituição dos canais, acontece uma convergência – a *convergência das mídias* – permeando os meios da radiodifusão já consagrados com as novas possibilidades de interação digitais. “Os meios de comunicação antigos e novos coexistem e interagem, tal como aconteceu com o texto manuscrito e o texto impresso na fase inicial da Modernidade europeia” (BURKE, 2012, p.114). O que pode haver é um certo afunilamento de funções por especificidade dos meios e dispositivos, mas não se percebe tendências de exclusão ou rearranjo dos mesmos, implicando em um aumento direto da circulação de estímulos informacionais e possibilidades de acesso ao processo, seja em suas fases de produção ou transmissão da informação, ainda que filtradas.

(...) a metáfora tradicional de se sentir afogado ou as metáforas novas de ‘ruído’, ‘neblina de dados’ ou ‘sobrecarga de informação’ parecem ainda mais adequadas. Lemos, por exemplo, que um ‘dilúvio de dados’ ou um ‘tsunami de dados’ está ‘se quebrando nas praias do mundo civilizado’. Em termos mais concretos, o Washington Post calculou recentemente que a Web recebe a quantidade espantosa de 7 milhões de novas páginas por dia (BURKE, 2012, p.311).

O progresso trouxe à civilização conquistas inegáveis e, por isso, soam até injustas críticas reacionárias e ressentidas quanto ao desenvolvimento tecnológico. A intenção aqui é apenas alertar e trazer à tona questões históricas, de trajetória lenta e gradual, por vezes naturalizadas, que não o são (e nem poderiam ser). As vias de acesso à informação foram e continuam sendo construídas por órgãos institucionais ou grupos de indivíduos cujos cargos têm ampla influência na conjuntura social de cada época, o que impede uma visão desprovida de ressalvas e desconfianças, mas que, por outro lado, não podem desconsiderar efeitos positivos (mesmo que colaterais) sobre o ideal utópico de uma democratização plena do conhecimento. De quem é a comunicação? Para quem ela é feita? Caso consigamos, um dia, responder a essas questões, estaremos distantes de uma conjuntura de avanços lógico-sistêmicos, mas, certamente, bem próximos de uma insanidade coletiva.

2.2. O *bios midiático* e a instrumentalização do afeto

Em *Antropológica do Espelho*, Muniz Sodré defende a tese de que a mídia implica uma nova qualificação da vida, um “*bios virtual*” (2002, p.11), alterando os “costumes, conduta, cognição e sensorialismo” (id. ib., p.11) humanos. Para o teórico, este fenômeno se dá por duas razões básicas: o ápice das novas tecnologias desencadeado com a

Revolução Industrial inglesa e a recente Revolução da Informação, que une a hiperaceleração temporal à expansão da capacidade de estocagem e circulação de um grande volume de dados. “Se a Industrial centrou-se na mobilidade espacial, a da Informação centra-se na virtual anulação do espaço pelo tempo, gerando novos canais de distribuição de bens e a ilusão da ubiquidade humana” (SODRÉ, 2002, p.14).

Está depois em jogo um novo tipo de formalização da vida social, que implica uma outra dimensão da realidade, portanto formas novas de perceber, pensar e contabilizar o real. Impulsionadas pela microeletrônica e pela computação ou informática, as neotecnologias da informação introduzem os elementos do *tempo real* (comunicação instantânea, simultânea e global) e do *espaço virtual* (criação por computador de ambientes artificiais e interativos), tornando “compossíveis” outros mundos, outros regimes de visibilidade pública. Mas também intensificando os cenários de antecipação dos acontecimentos, o que de algum modo neutraliza a abertura para o futuro (SODRÉ, 2002, p.16).

Em uma espécie de releitura da teoria clássica de Aristóteles, que definiu os *bios* do conhecimento, do prazer e da política como as grandes esferas da vida, Sodré propõe uma quarta dimensão, a midiática. Entre representações e simulacros, o que reina agora são aspectos culturais imateriais, regentes dos valores, da economia e dos sistemas de governo – é a mídia como “sociabilidade da polis” (SODRÉ, 2001¹⁷). A informação é reificada e, como produto, representa valor comercial.

A concentração de poder na mídia no século XX tornou-se uma fonte cada vez maior de preocupação pública entre 1961 e 1981. Ela embaçou não apenas a maioria das possíveis linhas divisórias entre informação e entretenimento (com um pouco de educação no meio), mas também a linha que separa os partidos políticos entre esquerda e direita e, por fim, as diferenças entre as mídias (BRIGGS e BURKE, 2006, p.211).

Para Sodré (2001), “é real, tudo o que se passa ali é real, mas não da mesma ordem da realidade das coisas”¹⁸, tudo se confunde, está imerso em uma realidade impalpável e pouco substancial. É o *hiper-real*¹⁹. O fluxo de informação é intenso, mas a apreensão não. Perdido em meio a tantos estímulos, o campo do saber se fragmenta e se automatiza: é a era dos *especialistas*. Consultas rápidas, quase mecânicas, sobre questões demasiadamente pontuais. “A grande maioria *conhece* cada vez mais coisas, mas *sabe* delas e as

¹⁷ Trecho retirado de uma entrevista concedida à Universidade Metodista de São Paulo. Texto disponível, na íntegra, em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/entrevista%209-1.htm>.

¹⁸ Idem nota 17.

¹⁹ Termo cunhado pelo filósofo francês Jean Baudrillard para se referir à ambiência que o discurso pós-moderno classifica como *virtual*.

compreende cada vez menos” (GORZ, 2003, p.81). Agora banalizada, a informação alcança o patamar antes ocupado pela fotografia e pelo cinema, que denegridos pela reprodutibilidade técnica teriam destruído a *aura*²⁰ do instante primeiro, da *coisa* original. “Mesmo na reprodução mais perfeita, um elemento está ausente: o aqui e agora da obra de arte, sua existência única, no lugar em que ela se encontra” (BENJAMIN, 1985, p.167).

Criou-se, portanto, uma convenção capaz de substituir o valor de culto pelo valor de exposição através do consumo, impulsionada, principalmente, pelas concepções ilusórias da publicidade e, por conseguinte, pelas práticas sensacionalistas do jornalismo contemporâneo, inserido no que Guy Debord nomeou de *sociedade do espetáculo*: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens” (DEBORD, 2003, p.9). É o que Muniz Sodré (2006) chamou de *instrumentalização do afeto*, servindo de estratégia para recrutamento de público, mas gerando em contrapartida, como resultante de forças, um profundo desinteresse, prostração e desengajamento das causas e movimentos sociais. O hiperestímulo e a gama de emoções fáceis provocam uma apatia crônica por extasiar demais. Neste sentido, podemos falar em *iconografia do sofrimento* (SONTAG, 2003, p.37) ou *estética do horror*²¹, inauguradas ainda no século XIX com as fotografias de guerra, mas que hoje não cansam de estampar dezenas de capas impressas nas bancas de jornais e ser presença garantida na televisão e nos portais de notícia *online*. “A consciência do sofrimento que se acumula em um elenco seleto de guerras travadas em terras distantes é algo construído. Sobretudo na forma como as câmeras registram, o sofrimento explode, é compartilhado por muita gente e depois desaparece de vista” (SONTAG, 2003, p.21). Mais uma vez, deparamo-nos com a questão do imediatismo: sensações pré-fabricadas. “Aqui têm lugar o que nos permitimos designar como *estratégias sensíveis*, para nos referirmos aos jogos de vinculação dos atos discursivos às relações de localização e afetação dos sujeitos no interior da linguagem” (SODRÉ, 2006, p.10).

Persuadir, emocionar, abrir os canais lacrimais do interlocutor por meio do apelo desabrido à banalidade são recursos centrais da retórica propagandística, aperfeiçoada pela publicidade e pelo marketing de hoje. A diferença para com o passado é que, agora, sob a égide da mídia, o

²⁰ Conceito amplamente discutido por Walter Benjamin nos textos *Pequena história da fotografia* e *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, reunidos no livro *Obras Escolhidas, Magia e técnica, arte e política*.

²¹ Destacam-se os fotógrafos Mathew Brady (1823-1896), Timothy O’Sullivan (1840-1882) e Alexander Gardner (1821-1882) com imagens da Guerra da Secessão nos Estados Unidos.

sismógrafo também produz o abalo “sísmico”, ou seja, a mídia não se define como mero instrumento de registro de uma realidade, e sim como dispositivo de produção de um certo tipo de realidade, *espetacularizada*, isto é, primordialmente produzida para a excitação e gozo dos sentidos. Com a mídia, o sismógrafo e o sismo são a mesma coisa (SODRÉ, 2006, p.79).

O indivíduo deixa de se relacionar com o real por vias diretas, a interação precisa agora ser mediada – e quem assume papel de ponte sujeito-meio é a mídia (*mass media*, na maior parte), logo, *relações mediatizadas* e *mediatizadas*, quase como sinônimos. E a visão parece ganhar o posto de sentido mais cotado na contemporaneidade, talvez por fisiologicamente ser o mais suscetível a receber (e absorver, mesmo que de maneira inconsciente) uma quantidade absurdamente volumosa de estímulos.

As imagens fluem desligadas de cada aspecto da vida e fundem-se num curso comum, de forma que a unidade da vida não mais pode ser restabelecida. A realidade considerada parcialmente reflete em sua própria unidade geral um pseudo mundo à parte, objeto de pura contemplação. A especialização das imagens do mundo acaba numa imagem autonomizada, onde o mentiroso mente a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo (DEBORD, 2003, p.9).

Arquivados ou deletados, os estímulos visuais estão ali, atuando como artifícios de manipulação eficazes. De aparência inocente e veementemente verossímeis, impressionam, emocionam, convencem. Em última instância, vendem. São, portanto, capazes de direcionar a opinião pública sem maiores esforços, configurando-se como carro-chefe dos materiais audiovisuais, textuais e sonoros, sejam eles ainda analógicos ou já digitais. No conjunto, o equipamento perfeito para alimentar uma imprensa sedenta por produção rápida. A informação chega em excesso, paradoxalmente reificada e personificada, com rosto e forma bem desenhados apesar de bastante similares: é a velocidade de transmissão acima da qualidade de apreensão, é a eficácia acima do fundamento.

2.3. Tudo se compra, tudo se copia

Como contexto, a política do capital liberal em sua fase tardia, vertente do sistema capitalista proposta ainda por Adam Smith no século XVIII, consolida-se como doutrina econômica no mundo, adotada de forma massiva a partir dos anos 1970 com o Chile de Augusto Pinochet e a Inglaterra de Margaret Thatcher. O *neoliberalismo* promove, então, a iniciativa privada através de desestatização setorial e corporativa, visando aumentar

exponencialmente a produção com o mínimo de custo possível. Para isso, depende de mão-de-obra barata, quebra de sindicatos, isenções fiscais, subsídios agrícolas, boa oferta de matéria-prima, legislação ambiental pouco eficiente, entre outros quesitos, e só faz sentido em um universo globalizado, onde todos esses recursos se encontram disponíveis às multinacionais (ou transnacionais) em troca de desenvolvimento e progresso – vale ressaltar, conceitos bastante relativos.

O desvio do projeto da comunidade como defensora do direito universal à vida decente e dignificada para o da promoção do mercado como garantia suficiente da universal oportunidade de auto-enriquecimento aprofunda mais o sofrimento dos novos pobres, a seu mal acrescentando o insulto, interpretando a pobreza com humilhação e com a negação da liberdade do consumidor, agora identificada com a humanidade (BAUMAN, 1998, p.34).

O domínio do capital se faz presente nas relações de espaço-tempo, no encurtamento das distâncias geográficas, na aquisição de recursos tecnológicos e patentes. “A responsabilidade pela situação humana foi privatizada e os instrumentos e métodos de responsabilidade foram desregulamentados” (id. ib., p.54). Em contrapartida, o esvaziamento do espaço político pelos cidadãos contribui para a manutenção do cenário de descaso social, uma via de mão-dupla. Para David Harvey, o neoliberalismo é um sistema paradoxal em essência, já que garante liberdades individuais por uso de força e repressão. “A santidade dos contratos e o direito individual à liberdade de ação, de expressão e de escolha têm de ser protegidos. O Estado tem portanto de usar seu monopólio dos meios de violência para preservar a todo o custo essas liberdades” (HARVEY, 2005, p.75).

Segundo Baudrillard, o capital constitui a “verdadeira violência simbólica da ordem social” (BAUDRILLARD, 1981, p.23) e o poder “depende, como qualquer outra mercadoria, da produção e do consumo de massas” (id. ib., p.38). À medida que se busca maximizar a eficiência dos negócios, aposta-se em concentração de empresas, podendo resultar em monopólios ou oligopólios. As organizações mais bem colocadas no mercado engolem, literalmente, as menos expressivas, expulsando-as da teórica *livre competição*.

(...) o capital, imoral e sem escrúpulos, só pode exercer-se por detrás de uma superestrutura moral, e quem quer que seja que regenere esta moralidade pública (pela indignação, pela denúncia etc.) trabalha espontaneamente para a ordem do capital (BAUDRILLARD, 1981, p.23).

É seguindo esta linha de raciocínio que compreendemos a lógica do consumo em sua máxima performance, que, além de denotar toda a força do capital nas relações de poder, demonstra sua capacidade de conformação dos modos de ser sujeito hoje: não *se é*,

mas *se tem*. Para Bauman, se o consumo é condição para a felicidade, então “não há padrões a cujo nível se manter – a linha de chegada avança junto com o corredor, e as metas permanecem continuamente distantes, enquanto se tenta alcançá-las” (BAUMAN, 1998, p.56). Como defende o teórico, essa é a constituição de uma *vida para consumo*, transformando pessoas e valores em mercadorias. Em uma linha cronológica de transformações sociais, da modernidade à pós-modernidade, o capital ganhou força. “A competição – entre indivíduos, entre empresas, entre entidades territoriais (cidades, regiões, países, grupos regionais) – é considerada a virtude primordial” (HARVEY, 2005, p.76).

Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável. A “subjetividade” do “sujeito”, e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se num esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável. A característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a *transformação dos consumidores em mercadorias* (BAUMAN, 2007, p.20).

De acordo com Stuart Hall, a protagonista dessa crise é a questão da identidade. *Descentrada*, ela derruba os símbolos capazes de dar sentido à existência desde o sujeito iluminista, passando pelo sujeito sociológico, até chegar ao pós-moderno como uma espécie de força motriz, contínua e progressiva. Para o teórico jamaicano, sem uma identidade bem definida não há parâmetros estruturais, pois ela seria responsável por estabilizar “tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis” (HALL, 2006, p.12) e isso pode gerar uma significativa instabilidade. O homem teria tomado consciência de si (e somente de si, a princípio), no Iluminismo, por volta do século XVIII, com a ascensão e clímax da racionalidade. “O centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa” (id. ib., p.11). A noção do sujeito sociológico vem de encontro à maior complexidade do mundo moderno e se constrói a partir de redes de sociabilidade, da “concepção ‘interativa’ da identidade e do eu” (id. ib., p.11) – daí a percepção do homem como um *ser social*. No entanto, a fragmentação do sujeito pós-moderno, contemporâneo, traz à tona a possibilidade de ser

formado não por uma, mas por várias identidades, podendo ser estas inclusive contraditórias: “A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’” (HALL, 2006, p.12-13)²².

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito de “supermercado cultural” (HALL, 2006, p.75).

Se a intenção de conformação da nossa civilização, com todas as regras de sociabilidade e condutas morais a ela atreladas, foi mesmo para garantir a *segurança* e diminuir os *riscos* de contato direto (e livre) com a natureza, como bem atestou Sigmund Freud, no começo do século XX, e reiterou Anthony Giddens, nos anos 1990, para o sociólogo Zygmunt Bauman, alguma coisa aconteceu fora do previsto. Para ele, tudo caminhou em direção a uma globalização outorgada, que apesar das promessas de liberdade e autonomia, gerou uma sociedade em recuo, vítima de seu próprio desenvolvimento.

Se a ideia de “sociedade aberta” era originalmente compatível com a autodeterminação de uma sociedade livre que cultivava essa abertura, ela agora traz à mente da maioria de nós a experiência aterrorizante de uma população heterônoma, infeliz e vulnerável, confrontada e possivelmente sobrepujada por forças que não controla nem entende totalmente (BAUMAN, 2007, p.13).

Estaremos nós no “limiar de uma nova era” (GIDDENS, 1991, p.8)? Para os pós-modernos, como vimos no capítulo anterior, já fazemos parte desse novo período. Está aí um outro problema: quem são os pós-modernos? Uma “trama ainda em curso – uma peça na qual todos nós somos, intermitente ou simultaneamente, auxiliares, contrarregas e personagens em cena” (BAUMAN, 2007, p.114).

Há algo, no entanto, que *sabemos*, e que nos sacode da letargia dos nossos preciosos saberes para o pleno dia claro da ação: que no sofrimento o mundo enfrenta o *máximo risco*. Sabemos que, se lutamos, em vez de simplesmente sermos *sujeitos* (tão mais cômodo, tão mais *erudito*), é porque no sofrimento se anuncia, e a cada momento concretamente vigora, um *perigo*. E sua presença é intolerável. A compaixão é uma alergia – uma reação imunológica – ao máximo perigo contido no sofrimento (AMARAL, 2004, p.19).

²² Para Stuart Hall, os causadores dessa descentralização e deslocamento da identidade pós-moderna são, em ordem, Marx, Freud, Saussure, Foucault e o feminismo.

Entre representações e simulacros, já sem (ou com muito pouco) fundamento, vivemos mediados. Entre nós e o Real, a mídia. E acessamos a mídia – acessamos a vida, o *bios* – pelo consumo. Antes de *entes*, tudo aquilo que é, ou *seres*, o *Dasein* heideggeriano, parecemos simples jogadores de um campeonato que se inicia já sem grandes perspectivas de vitória. Em troca da Verdade, a verossimilhança. Em troca dos acontecimentos, a informação. As identidades se perdem em meio a multiplicidade de facetas e sujeitos num relativismo exacerbado, desnortado. E assim se forma a opinião pública, em um terreno turbulento e de natureza mutante. As conquistas materiais estão aí, perceptíveis a olhos nus e até mesmo desatentos, prontas para serem atualizadas em prol do progresso da ciência e das faculdades humanas, deixando *disponíveis*²³ a nós inúmeras possibilidades de (des)construção. Sofremos por *abrir mão* da liberdade pela segurança. Sofremos pela segurança. E, agora, pela incerteza. O risco está aí, não fugimos dele.

²³ Para Heidegger, a essência da técnica moderna está ligada a questão do desencobrimento da produção: a exploração da natureza, o *estar disponível* da natureza. O homem extrai, agora, de maneira predatória, a matéria-prima e as energias para a fruição da vida desse universo natural, posto e encarado numa constante disponibilidade. Mas aí encontra-se o perigo, pois à medida que abre para novas possibilidades, expõe as fragilidades de um sistema dependente de recursos finitos, esgotáveis.

3. INFORMAÇÃO INSTANTÂNEA

Principal mediador simbólico da atualidade e detentor de um lugar de fala de referência que lhe confere relativa autoridade de discurso, o jornalismo se apresenta como o *donos da verdade* (ou das verdades), sustentando um estilo de vida compatível com a noção imediatista da temporalidade vigente. “A partir de um modelo de normalidade, considerado *a priori*, nas narrativas com pretensão a informar, produzem a anormalidade, ao elevar um fato à condição de acontecimento jornalístico” (BARBOSA *in* FREIRE FILHO & VAZ, 2006, p.159). Tendo a informação como substrato e a notícia como resultado, o fazer jornalístico constitui-se enquanto prática de atuação mais eficaz e impactante na construção do modelo de pensamento contemporâneo. Obedece à lógica do que propõe o tal discurso pós-moderno, com as suas dimensões do virtual e do simulacro, atrelado aos interesses do capital, principalmente no que diz respeito às grandes empresas, e da rápida obsolescência dos materiais e das notícias: o triunfo da efemeridade. Em contrapartida, colabora para a apreensão do real ainda existente, sendo ponte de mediação entre os dois polos – para acelerar e sustentar o real, um combustível virtual; para construir verdades, a verossimilhança. “Estranha economia da informação, segundo a qual o presente convertido em *atualidade* dura cada vez menos” (BARBERO, 2000, p.2).

Assim, considerando a informação o elo entre a Modernidade e o que se convencionou chamar de Pós-Modernidade, a imprensa assume função fundamental na atualidade, sendo sua mola propulsora como “produtor do presente” (id. *ib.*, p.2-3). E, ao mesmo tempo, impulsiona uma *febre da memória*²⁴, à medida em que congela determinado instante, o fato noticiado, transformando-o em arquivo de caráter documental, principalmente através de dispositivos digitais. “Os meios de comunicação, para essa produção de significados, realizam ‘trabalhos de memória’, classificando o mundo para o público, selecionando e ordenando a realidade social, tornando-se, dessa forma, ‘senhores da memória’ da sociedade” (BARBOSA *in* FREIRE FILHO & VAZ, 2006, p.158). Para Barbero, “o meio não se limita a veicular ou traduzir as representações existentes, nem

²⁴ Para Martín-Barbero, a obsolescência acelerada e a crise das identidades na atualidade estão nos gerando um *desejo de passado*. Segundo o pensador, é essa *febre de memória* que promove a ascensão e a consolidação da mídia, em particular, da imprensa, como “produtor de presente”. Portanto, ocupando um entrelugar que conecta a Modernidade à Pós-Modernidade, o jornalismo colabora com o hiperestímulo e com o arquivamento de fontes, ambos através das práticas de consumo numa relação aparentemente paradoxal.

pode tampouco substituí-las, mas vem constituindo uma cena fundamental da vida pública” (BARBERO, 2004 – *tradução minha*²⁵).

(...) a obsolescência acelerada e o enfraquecimento de nossa identidade estão gerando um desejo irresistível de passado que não se esgota na evasão. Embora moldado pelo mercado, esse desejo existe e deve ser levado à sério como sintoma de um profundo mal-estar cultural, que se expressa na ansiosa miséria de que padecemos por tempos mais longos, e a materialidade de nossos corpos exige menos espaço e mais lugar (BARBERO, 2000, p.4).

François Hartog defende a ideia de *regimes de historicidade*, apontando o que ele chamou de “presentismo”²⁶ como parâmetro de periodização para explicar as possibilidades de subjetivação e interações sociais no mundo contemporâneo. Instaurado após a crise da Modernidade, no qual o progresso ditava as formas de ver, sentir e analisar o mundo, o *presentismo*, que começa a se formar ainda nos anos 1960²⁷, tendo como marco a queda do Muro de Berlim, reitera a força da lógica do consumo, conferindo-lhe a capacidade de produzir, além das identidades individuais e coletivas, o próprio tempo. “Com o regime moderno, o exemplar, como tal, desaparece para dar lugar àquilo que não se repete. O passado está, por princípio, ultrapassado” (HARTOG, 1997, p.9). Há, neste sentido, mais do que um suposto surto psicótico social – diagnóstico por demais ingênuo e reducionista. Por trás desta nebulosa percepção da vida, acontece um alargamento do tempo presente por ele mesmo, caracterizando-o como o fenômeno mais agressivo e devastador de nossa era, que parece suspender a produção e a transformação de um tempo antes entendido como histórico – no aqui e agora estão, também, passado e futuro, reciclados diariamente numa mistura quase indissociável.

(...) contra o passado, que é também a morte coloca-se na frente a vida e o presente. (...) Passou-se, portanto, em nossa relação de tempo, do futurismo para o presentismo: para um presente que é, para si mesmo, seu próprio horizonte. Sem futuro e sem passado, ou gerando, quase diariamente, o passado e o futuro de que necessita cotidianamente. O

²⁵ No original: “el medio no se limita a vehicular o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a constituir una escena fundamental de la vida pública”.

²⁶ O livro *Regimes de historicidade – presentismo e experiências de tempo* (2013), de François Hartog, reconstrói as diferentes percepções do tempo desde a Antiguidade e indica que vivemos o hoje na ordem do *presentismo*, no qual o agora reina em absoluto provocando uma cisão nas intenções humanas: a necessidade de preservar a memória a todo custo e a vontade de viver apenas o imediato.

²⁷ Na década de 1960, eclode uma série de manifestações populares nas ruas, mundo a fora, em busca de marcos para as minorias representativas. O ano de 1968 tornou-se emblemático com a conquista de direitos civis, liberação sexual e reconhecimento dos movimentos estudantis. Na América Latina, as vozes gritaram pelo fim da repressão política.

slogan “Tudo, imediatamente!” pichado nos muros de Paris, em 68, é um bom exemplo dessa “hipertrofia do presente” (HARTOG, 1997, p.11-13).

Estimulados – e, porque não, obstinados – por esta conjuntura presentista, os veículos de comunicação tomam as rédeas da sociabilidade e, a partir da ditadura da informação, condicionam o público aos seus discursos, travestidos de uma capa neutra e objetiva, que os aproxima do espírito científico alimentado por fatos empíricos e introduz técnicas singulares à apuração e à redação das matérias jornalísticas. “Se a Igreja, o Estado e a ciência puderam ao longo dos séculos falar do passado, sendo seu discurso considerado crível, aos jornalistas é dado no presente o estatuto de produção de um discurso acreditado como verídico” (BARBOSA in FREIRE FILHO & VAZ, 2006, p.159). A corrida pelo tão aclamado *furo de reportagem* torna-se, em vias gerais, mais importante do que a apuração propriamente dita: “Rapidez é a palavra de ordem” (BARBOSA, 2007, p.23). Sujeito às cotações e preferências do mercado, além de restrito às margens de famigeradas linhas editoriais, o jornalismo universaliza sua linguagem e instaura um paradoxo atividade-fim, fantasma que nos acompanha em dilemas éticos inerentes à emissão das mensagens e à institucionalização profissional, esses “em que coincidem o sucesso e a câmera ou o microfone” (BARBERO, 2000, p.3). Para Marialva Barbosa, o “relógio contemporâneo é o midiático, que faz com que cotidianamente se possa produzir uma demarcação temporal a partir da lógica narrativa da televisão” (BARBOSA in FREIRE FILHO & VAZ, 2006, p.162).

Como construção retórica referencial, a notícia trata das aparências do mundo. Conceitos que expressam subjetividade estão excluídos. É também axiomática, isto é, afirma-se como verdadeira: não argumenta, não conclui nem sustenta hipóteses. Do ponto de vista técnico, a notícia não é avaliada por seu conteúdo moral, ético ou político; o que importa é se *de fato aconteceu aquilo* ou, no caso de uma entrevista, se o entrevistado *disse realmente aquilo*. Não basta ser verdadeiro; é preciso *parecer verdadeiro* (LAGE, 2006, p.26-27).

E, assim, para um negócio bastante lucrativo convergem todos os esforços, passando por cima, muitas vezes, do ideal de *compromisso social*²⁸ inerente à própria formação do jornalista. Segundo Erbolato (1991), a mensagem deve bombardear o receptor, despertar-lhe o interesse, pois a importância e a repercussão determinam o tamanho da notícia. Automatizada, a produção de notícias argumenta a favor de seu caráter inédito, mas acaba,

²⁸ “Prometo manter o compromisso com a notícia, esclarecendo e orientando, respeitando sempre os princípios da honestidade, cultuando a verdade, promovendo justiça e paz social, visando ao progresso do homem” (UFMA, 2008). Juramento de formatura do curso de Jornalismo disponível em: <http://www.ufma.br/arquivos/4002.pdf>. Último acesso: 18/11/13, às 23h28.

rotineiramente, reinventando fatos e trazendo mais do mesmo à audiência. Na prática, o noticiário deve ser atrativo para despertar a simpatia e fidelidade do público, pouco importando quais recursos serão utilizados para tal. “Os corpos passam a ser, de maneira quase que simbiótica, afetados pelas relações de comunicação” (BARBOSA, 2007, p.147).

3.1. Do jornalismo romântico à indústria da informação

A expressão *fluxo de informação* – ideia central para se compreender os estímulos comunicacionais inerentes ao próprio homem enquanto ser midiático e limitado pelas potencialidades da linguagem – sempre se relacionou intimamente às operações comerciais, pois, junto aos seus produtos, os mercadores traziam novidades viajando por terras e mares. No cenário medieval, “as informações disponíveis para a população vinham embutidas em decretos, proclamações, exortações e nos sermões das igrejas” (LAGE, 2006, p.8) e, em uma espécie de circuito paralelo, estavam as cantigas dos trovadores. Extremamente elitizado e excludente, esse sistema só começa a mudar com a expansão da atividade comercial, por volta do século XIII. “A acumulação de capital logo teve consequências: a organização mais ampla e atuante da atividade artesanal e a alfabetização. Os *avvisi* já podiam ser pregados nos muros em cópias manuscritas” (LAGE, 2006, p.9). Mais do que meramente relatar os fatos, o que poderia ser incriminador, a ideia de informação surge com o propósito de “formar a mente” (BURKE & BRIGGS, 2006, p.188), ganhando corpo em 1450, com a invenção da prensa de tipos móveis de Gutenberg.

A própria impressão gráfica se difundiu na Europa pelo rio Reno, da Mainz de Gutenberg a Frankfurt, Estraburgo e Basileia. Nos séculos XVI, XVII e XVIII, as mensagens em papel seguiram a rota da prata – do México ou Peru para o Velho Mundo – ou a rota do açúcar – do Caribe para Londres (BRIGGS e BURKE, 2006, p.31).

Antes concentradas nas mãos dos clérigos, na Idade Média, a leitura e a escrita transferiram aos livros a função de guardar a memória da sociedade e deslocaram a alta cultura da tradição oral às bibliotecas, o que se configurou como o primeiro grande paradigma da Modernidade. “Definitivamente, o corpo humano não era mais o veículo de constituição do sentido; o corpo fora visivelmente separado do veículo de sentido, o livro, pela introdução de uma máquina, a prensa de impressão” (GUMBRECHT, 1998, p.75). Estava livre o caminho para a rápida consolidação do jornalismo impresso, cujas folhas de

notícias pioneiras já circulavam na Alemanha em 1609²⁹ como um mecanismo essencial de participação política à medida que se formavam os Estados Modernos.

A sociedade moderna europeia, espaço da luta entre burgueses e proletários, passou a privilegiar a mudança sobre a preservação. As trocas de informações atingiram intensidade e amplitude antes difíceis de imaginar. E a notícia, antes restrita e controlada pelo Estado e pela Igreja, tornou-se bem de consumo essencial (LAGE, 2006, p.8).

Dez anos depois, em 1620, as publicações alcançavam Hamburgo e Amsterdã. De acordo com Briggs e Burke (2006), no fim do século XVII o jornal diário já fazia parte da vida cotidiana de algumas regiões da Europa, como Grã-Bretanha e França. Mas em todos os lugares havia um ponto em comum: as notícias eram vinculadas a fatores capazes de promover a acumulação de capital ou evitar a perda excessiva de investimentos – eram motivo de pauta áreas de seca, catástrofes naturais, guerras, expedições e cotas de produção no mercado de exportação. E foi aí que a burguesia percebeu, na imprensa, a grande chance de disputar o poder com entidades antes detentoras de uma força social absurda e inalcançável, instaurando conflitos políticos com o Estado e a Igreja. Para conter os avanços desse jornalismo ainda incipiente, mas que traçava caminhos claros rumo ao seu desenvolvimento e consolidação, foram sistematizados o índice e a censura³⁰, combatidos veementemente pelos aristocratas numa “guerra de opinião” (LAGE, 2006, p.10), cuja intenção primordial era conquistar leitores. Portanto, pode-se afirmar que, independente da precariedade de condições técnicas e das limitações políticas, o jornalismo nasce absolutamente ligado à necessidade de circulação de ideias, manifestando demasiada afinidade com uma recém-nascida esfera pública.

O investimento para imprimir um jornal era pequeno, a redação se limitava a duas ou três pessoas, os leitores pagavam o preço do papel, da tinta e costumavam até prover o capital de giro, com a contratação de assinaturas. Do ponto de vista econômico, qualquer um podia lançar a sua folha, desde que tivesse algumas centenas de amigos, correligionários ou pessoas com motivo para temer ataques impressos caso não contribuíssem (LAGE, 2006, p.11).

²⁹ “O primeiro jornal circulou em Bremen, Alemanha, em 1609. O segundo, em Estrasburgo, no mesmo ano. O terceiro, em Colônia, no ano seguinte” (LAGE, 2006, p.10).

³⁰ Segundo Nilson Lage, nos Estados Unidos a imprensa jamais sofreu censura do Estado, sendo garantida pela Constituição a proibição de quaisquer intervenções dessa natureza. Lá, as contradições de classe surgiram após a Guerra Civil (1861-1865), junto a um *boom* produtivo de desenvolvimento industrial. “À imprensa, já enquadrada em modelo capitalista liberal, coube, em escala, e intensidade também inéditas, a tarefa de sociabilização de grandes contingentes de imigrantes europeus” (LAGE, 2006, p.14-15).

A partir do século XVIII, há uma aceleração temporal sensível com os adventos tecnológicos da Revolução Industrial na produção em larga escala. Inicialmente na Europa e nos Estados Unidos, o advento do vapor trouxe maior velocidade e o telégrafo quebrou fronteiras, o que impulsionou a construção de imponentes ferrovias que ligavam não só regiões dentro de um mesmo país como conectavam-nas a outros Estados. “A distância ia sendo conquistada à medida que se transmitiam informações relativas a governos, negócios, assuntos familiares, condições climáticas e desastres naturais ou provocados pelo homem, a maior parte delas como notícias” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.139). Seguidas pela eletricidade, essas práticas corroboraram o poder da imprensa sobre a opinião pública, transformando os jornais em perfeitas “máquinas sociais” (id. ib., p.117). Nesta conjuntura, aparecem as primeiras agências de notícias: Havas (1835), Reuter (1851) e Associated Press (1892), hoje grandes conglomerados midiáticos e enunciadores da esmagadora maioria das notícias de sessões internacionais ou “mundo”, como são conhecidas.

As máquinas e a organização da produção próprias do capitalismo industrial chegavam aos jornais. A mecanização começou com a impressora de Koenig, em 1814, passou pela rotativa de Marinoni, em 1867, e atingiu o auge com a composição das linhas de chumbo na linotipo de Mergenthaler, em 1886. Com isso, o empreendimento jornalístico tornava-se empresarial: baixavam os custos por exemplar, armavam-se redes imensas de coleta de informações. Aquele jornalista independente de outrora, que pretendesse tirar sua folha com tipos móveis e prensa manual, jogaria nas ruas número insignificante de exemplares, caríssimos, com o conteúdo superado pelos fatos (LAGE, 2006, p.12).

Visando ampliar o público, que até então se dividia de acordo com o posicionamento político do impresso – vale lembrar, aqui, o caráter maciçamente opinativo dessas publicações, aspecto contrário, em essência, a uma massificação comercial –, adotaram-se, *a priori*, no fazer jornalístico norte-americano, preceitos de objetividade e imparcialidade para defender a produção de um discurso neutro e direto, próximo do científico, isento de quaisquer interpretações secundárias, preocupado exclusivamente em transmitir a imagem do fato como espelho fiel da realidade. Estava instaurado o modelo clássico da *indústria da informação*, que salvo raras exceções como a francesa (até hoje declaradamente opinativa), espalhou-se pelos quatro cantos do globo, junto com a lógica do consumo e a regulação de bens de capital, na virada do século XIX para o XX. Um novo público, um novo mercado, uma nova linguagem. Com tradições ainda rurais, a publicidade, que passa a financiar a maior parte desses periódicos, recebe carta branca para introduzir o mais novo contingente populacional urbano à sociabilidade das metrópoles por

vias *universais*, de contornos onipotentes – isso sem contar com o potencial apelo visual que surgia nas publicações com a difusão do fotojornalismo e das revistas ilustradas. “O público deveria ser informado da oferta de bens de consumo, convencido a consumir e, depois, induzido à compra por todo arsenal de instrumentos de intervenção psicológica que se pudesse utilizar” (LAGE, 2006, p.12).

E, assim, a imprensa perde seu encanto e se configura como *jornal-empresa*, cujo caráter é absolutamente não revolucionário, já que possui, agora, uma ideologia sólida em defesa do mercado e contas a prestar aos seus patrocinadores sob ameaça de corte de verbas e pessoal. A informação transformou a notícia em *desejo de consumo*. O discurso hegemônico, vociferado pelas elites dominantes, exerce forte influência política, sociocultural e econômica para atuar na manutenção das macroestruturas de poder. “Estado, hegemonia e cultura são dimensões dos mecanismos de exercício de dominação de classe e da reprodução social” (BARBOSA, 2007, p. 111). Nesse sentido, dos tempos da radiodifusão à televisão, os conceitos de *cultura*, *indústria cultural* e *comunicação de massa* passam a acompanhar as atividades do jornalismo tradicional com ares de estigma.

Em 1930 havia aproximadamente 14 milhões de aparelhos de rádio em uso, e esse número, em um ambiente de depressão [*crise de 29*], era apenas o começo da ‘idade do ouro’, quando o rádio se tornou acima de tudo um meio de comunicação de massa (BRIGGS e BURKE, 2006, p.222).

Para Gumbrecht, é a mesma informação a responsável pelas passagens da Idade Média à Modernidade e da Modernidade ao que se convencionou chamar de Pós-Modernidade, sendo o “efeito do acontecimento” (GUMBRECHT, 1998, p.262) o grande catalisador dessas transformações. Antes o livro, com a prensa gráfica, agora a televisão³¹, que incorpora o imediatismo do rádio à estrutura audiovisual do cinema: este é o indício da guinada temporal. “Faz todo o sentido dizer que a realidade televisiva, no final do século XX, torna-se uma realidade cotidiana” (id. ib., p.262). Já “em meados da década de 1960 mais de 90 países tinham estações de televisão. A audiência global alcançava agora mais de 750 milhões” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.240) de pessoas, sendo grandes sensações as transmissões ao vivo e, posteriormente, a invenção do videoteipe. “A esfera privada do telespectador e a situação do programa de televisão começaram a se fundir em uma [*única*] realidade” (GUMBRECHT, 1998, p.268).

³¹ Segundo Gumbrecht, a primeira captação oficial da emissão de um programa regular de televisão se deu em Berlim, no ano de 1935.

A empatia é de natureza diversa: predominam os elementos visuais. A imaginação do espectador é menos solicitada. No rádio, ele pode *adivinhar* rostos, paisagens, situações que a televisão *mostra*. O veículo é transparente, proporcionando situações não inteiramente controláveis por revelar muita coisa em gestos e atitudes, e mobiliza por inteiro a atenção de quem assiste ao noticiário. Não se pode ver televisão e escrever ou cozinhar, ao mesmo tempo, sem correr sérios riscos (LAGE, 2006, p.47).

A plataforma *online*, criada para fins militares durante a Guerra Fria, ganha novos contornos em 1993 com a World Wide Web (www), “a rede das redes” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.300), que seria “aberta a todos” (id. ib., p.300), sem custo. “Semelhante à mídia – e pela mídia –, ela oferecia informação, entretenimento e educação. Ao contrário de tudo isso, porém, cresceria a partir de baixo, sem direcionamento por parte do governo” (id. ib., p.303). Ainda que recebida com muito entusiasmo, já que “liberava e dava poder aos indivíduos, oferecendo vantagens sem precedentes à sociedade” (id. ib., p.302), alguns estudiosos duvidaram. E essa dúvida permanece, ora latente, ora em explosão, embora seja inegável a abertura para a possibilidade de uma comunicação interativa. “Em suma, em 50 anos o trajeto da informação midiática transformou-se mais do que nos 500 anos que a precederam” (LAGE, 2006, p.52).

3.2. O caso brasileiro

A imprensa brasileira já nasce com um quê de dramaticidade, tardia e polêmica, pois só se constitui como atividade legal com a chegada da Corte portuguesa (1808) e a consequente abertura dos portos, que propiciaram, além das primeiras folhas de notícias, o surgimento das primeiras instituições de ensino superior ligadas à ciência e à técnica, como a Academia Real Militar e o Museu Nacional – iniciou-se neste período, portanto, a institucionalização do conhecimento no Brasil. Entre os historiadores, discute-se se o primeiro periódico nacional teria sido a *Gazeta do Rio de Janeiro*, jornal oficial da corte de Dom João, ou o *Correio Braziliense*, editado em Londres desde antes da Impressão Régia, ambos em circulação a partir de 1808. “Até então as novidades ou opiniões publicadas, sem qualquer regularidade, não eram transformadas em notícias” (BARBOSA, 2010, p.20).

Tal como aconteceu com a Europa Ocidental, a partir do século XIII, quando as novas cidades comerciais constituíram uma nova ordem social, levando à criação de novos sistemas de trocas, também aqui a abertura comercial, a instalação da burocracia oficial e a transferência da família real e de seu séquito produzem mudanças econômicas, sociais, políticas e,

sobretudo, culturais. Na trilha da troca de mercadorias se estabelece a troca de informações (BARBOSA, 2010, p.20).

Logo depois aparecem os panfletos, alguns inclusive anônimos, que distribuídos por todo o país, passam a “polemizar as discussões públicas” (BARBOSA, 2010, p.50). Em 1827, embora ainda sob os efeitos da censura do Antigo Regime, entra em cena um jornalismo de cunho político, majoritariamente opinativo, responsável pelos debates em torno da questão republicana e abolicionista. As decisões do Estado acabam se aproximando da vida cotidiana do povo, até mesmo dos escravos, que deixaram suas marcas nos anúncios de compra e venda de mão-de-obra e alertas de fuga.

Massa amorfa, apresentada de maneira indiferenciada como coisa, os homens de cor, os pretos ou as ‘peças’, como chegam a ser referidos nos anúncios, vivem em cidades onde as múltiplas sociabilidades permitem misturas que, certamente, fazem com que tomem conhecimento de que aquelas publicações falam a seu respeito (BARBOSA, 2010, p.80).

Os jornais eram efêmeros e valorizavam práticas da comunicação oral para aproximar seus textos à ordem da fala, lugar comum de um público ainda restrito e, em grande parte, iletrado, abusando, por exemplo, do uso de recursos de pontuação e privilegiando datas e dados numéricos para indicar pausas na leitura, diferentes entonações e noções de temporalidade. Nesse momento, o importante é “a amplificação das mensagens, não interessando muito a forma como alcançam o público. Há retroalimentação e convergência e não fluxo unidirecional e causalidade linear” (id. ib., p. 34). Articuladora de laços nacionais, a imprensa se torna um mecanismo essencial de participação política e formação de opinião pública, uma espécie de educadora social. “Pensar no Brasil do século XIX é colocar em evidência diversas redes de sociabilidade que estão em formação num espaço cuja aspiração máxima era se constituir como nação” (id. ib., p.60).

O fato de a política assumir a cena pública motiva o aparecimento dos jornais, lugar privilegiado para a discussão das ideias que circulam pelas ruas. (...) A defesa da Constituição, a abdicação, o governo regencial, a atuação dos ministros, os debates na Câmara dos Deputados, a criação do Código Criminal e da Guarda Nacional são alguns dos temas mais recorrentes. Os debates em torno do tema do liberalismo, a partir das discussões empreendidas pelas folhas europeias, também têm primazia (BARBOSA, 2010, p.56-58).

A partir da segunda metade do século XIX, a imprensa brasileira começa a ultrapassar os limites de sua filiação ideológica na busca por um público cada vez maior – eram os efeitos retardatários da Revolução Industrial inglesa, que promoveram a

intensificação do interesse quanto ao aperfeiçoamento das técnicas jornalísticas, vinculando-as de maneira direta à questão do progresso. Até então, as fronteiras entre jornalismo e literatura eram muito tênues, pois o mercado editorial não era forte e os escritores precisavam se revezar entre repórteres e ficcionistas. Para Ana Paula Goulart, este foi o motivo para adotarmos até o período da modernização dos periódicos, o estilo francês, cujos “gêneros mais valorizados eram aqueles mais livres e opinativos, como a crônica, o artigo polêmico e o de fundo” (RIBEIRO, 2003, p.148). Mas o mesmo fato passa a ser conteúdo de vários jornais – mesmo com abordagens um pouco diferenciadas – e revistas ilustradas, que tomam corpo como artífices de grande apelo visual, indicando uma primária *customização do consumo*. “A aposta na relação estreita entre progresso e conhecimento científico e técnico foi demonstrada, poderíamos dizer celebrada, nas Exposições Universais, das quais a de Londres de 1851 foi a primeira, e nas quais, desde 1862, o Brasil teve presença” (TUCHERMAN *in* FREIRE FILHO & VAZ, 2006, p.138). Os acontecimentos noticiados ganham novo padrão.

(...) estamos falando, portanto, de um mundo onde a multiplicidade dos impressos começa com mais intensidade a fazer parte do cotidiano. Os cartazes que se espalham pelos muros e paredes da cidade e os jornais e revistas que são sobraçados pelos vendedores ambulantes ou que ficam expostos nos quiosques multiplicam a palavra impressa e faz dela objeto do olhar (BARBOSA, 2010, p.89).

A imprensa nacional, atuando agora como *máquina social*, estende sua função formadora de consciências (embora bastante seletiva) a um papel coercitivo extremado. Ainda que instaurada a República, as manobras aristocráticas do Estado, reforçadas pelo poderio das elites locais, legitimam o apadrinhamento político e a concessão de vantagens eleitorais. Um bom exemplo é o governo de Floriano Peixoto, o “Marechal de Ferro”. Durante seu mandato, o jornal *Cidade do Rio*, de José do Patrocínio, sofre uma série de retaliações e boicotes financeiros por assumir uma postura crítica em relação ao militar e acaba por ruir, decretando falência em 1903. Os investimentos oficiais compõem, agora, grande parte das receitas, sendo práticas comuns nos mandatos de Prudente de Morais (1894-1898) e Campos Sales (1898-1902), que chegavam a pagar mil réis por linha em matérias que saíssem em sua defesa. Representantes de governos estaduais e prefeituras também participavam dessa troca de favores, realizando até mesmo empréstimos às novas redações. “O que está em jogo é a outorga do papel privilegiado de porta-voz dos grupos dominantes” (BARBOSA, 2010, p.190). O jornalista recebe, então, os perigosos títulos de

detentor da informação e legitimador do poder, por influenciar sobremaneira a idolatria ou o descrédito de figuras públicas.

O Rio de Janeiro, à época capital do Estado republicano, e outras cidades-centro, como São Paulo e Recife, são engolidos pela mentalidade moderna de urbanização e progresso. O aperfeiçoamento dos sistemas de transporte, principalmente trens, e a regularização dos Correios permitem a inserção dos jornais nessa lógica ditada pela maximização de rendimento. À medida que “a leitura passa a ser hábito nas cidades” (BARBOSA, 2010, p.117), as obsoletas oficinas são promovidas a prédios e recebem centenas de profissionais, traduzindo-se em verdadeiras “fábricas de notícias” (id. ib., p.117). E a chegada das agências de notícias norte-americanas confere carta branca à publicidade para o financiamento dos impressos modernos.

A publicação de anúncios é fundamental para a sobrevivência do periódico e determina o enfoque da matéria. O jornal não pode ser contra uma empresa que insere publicidade nas suas páginas, a não ser que a compensação oferecida pelo opositor fosse mais rentável (BARBOSA, 2010, p.192).

Estavam consolidadas as bases para a indústria da informação brasileira, que ganha um bojudo corpo social a partir dos anos 1950, com o alinhamento às políticas jornalísticas norte-americanas – fator que soma importantes variáveis ao fenômeno da padronização cultural do mundo globalizado, cuja grande potência internacional são os Estados Unidos. Na busca por uma sistematização da linguagem, o jornalismo brasileiro (*a priori*, o carioca) incorpora uma série de práticas discursivas do jornalismo ianque, aumentando a comunicabilidade e a produção de mensagens. “As técnicas americanas impuseram ao jornalismo noticioso um conjunto de restrições formais que diziam respeito tanto à *linguagem* quanto à *estrutura do texto*” (RIBEIRO, 2003, p.148): restrição a metáforas, adjetivos, exclamações e reticências; obrigatoriedade do uso da terceira pessoa; modo verbal indicativo; adotou-se, ainda, o lide como abertura das matérias, a ordenação das informações em esquema de pirâmide invertida e a padronização de manchetes e títulos. “Os jornais tornaram-se informativos e ‘objetivos’ no mesmo processo em que se tornaram grandes empresas” (id. ib., p.155). Para a pesquisadora, o caso mais emblemático é o do jornal Última Hora, de Samuel Wainer, criado em 1951, que só existiu graças a uma infinidade de empréstimos concedidos por estabelecimentos oficiais de crédito. Barbosa Lima Sobrinho manifesta, ainda em 1923, sua preocupação acerca dos rumos do

jornalismo romântico, que, para ele, cavara sua própria cova, adiantando, com ares catastróficos, o futuro da atividade:

Converteu-se o jornal muito mais num problema de dinheiro do que de credo político, literário. E então acode aquele conceito exato: ‘Quando as opiniões de um jornal começam a pesar, ele as deixa de ter’ (...). Viu-se a imprensa obrigada a modelar-se pelos novos costumes, adotando várias praxes, como a elevação do preço dos anúncios ou a inclusão de matéria paga nas seções editoriais. E porque não parecesse bastante e conviesse adquirir apoio de um público numeroso – a imprensa procurou servir as tendências populares, em vez de as orientar, como acreditava possível, em sua ingênua confiança, o jornalismo romântico. Conquistar o público, entretanto, foi para ela menos vitória de ideias do que simples *negócio*, defesa natural das somas empenhadas na empresa. A imprensa tornava-se simplesmente indústria. (SOBRINHO *apud* MARTINS & LUCA, 2008, p.153)

É a partir da década de 1920³², também, que chega ao Brasil o rádio, que “despertou uma enorme expectativa sobre a capacidade dos novos meios de comunicação de conseguirem democratizar a distribuição de conhecimentos” (TUCHERMAN *in* FREIRE FILHO & VAZ, 2006, p.140), ainda mais se tratando de um país de dimensões continentais como o nosso. A adesão do público foi assustadora e, em pouco tempo, inúmeras residências já possuíam o aparelho. “Estatísticas indicam que cerca de 30.000 residências tinham rádio e aproximadamente 150.000 pessoas ouviam diariamente a *Rádio Sociedade*, cujo secretário, Roquette-Pinto, foi um dos grandes incentivadores da radiodifusão” (id. *ib.*, p.140). Mas foi na década seguinte, com Getúlio Vargas, que o rádio se consolidou como meio de comunicação de massa no país, sendo instrumento singular e essencial da propaganda política e elo de identificação entre o povo e o poder, do Estado à dramaturgia – era o nascimento de uma *cultura nacional*, que elegia a música e o esporte, principalmente o futebol, como características marcantes.

Neste sentido, Getúlio Vargas no seu primeiro período como presidente do Brasil – 1930/1945 – governou sob forte cunho nacionalista, influiu sobre os meios de comunicação ao buscar impor o seu projeto político que incluía a unificação nacional. Em 1º de maio de 1937 já destacava o valor que daria ao rádio, na mensagem enviada ao Congresso Nacional que anunciava o aumento do número de emissoras no país. Nela, aconselhava os estados e municípios a instalarem “aparelhos rádio-receptores, providos de alto-falantes, em condições de facilitar a todos os brasileiros, sem distinção de sexo nem de idade, momentos de educação política e social, informes úteis aos seus negócios e toda a sorte de notícias tendentes a entrelaçar os interesses diversos da nação...”

³² A primeira transmissão de rádio realizada no Brasil aconteceu em 7 de setembro de 1922, durante a inauguração da Exposição do Centenário da Independência na Esplanada do Castelo, no Theatro Municipal, Rio de Janeiro, com um pronunciamento do então presidente da República, Epitácio Pessoa.

(HAUSSEN *in* BARBOSA FILHO, PIOVESAN & BENETON, 2004, p.52).

Com as *reformas* do jornalismo brasileiro, tornou-se evidente a ascensão de conglomerados midiáticos, sendo o primeiro deles, e talvez o mais bem sucedido, os Diários Associados, do empresário paraibano Assis Chateaubriand, fundado em 1924. Em seu auge, o grupo responsável pela chegada da televisão ao Brasil na década de 1950, somou 36 jornais, 18 revistas, 36 rádios e 18 emissoras de televisão – desses, são remanescentes na atualidade 50 veículos, dentre os quais seis são afiliadas de TV. É, portanto, através desta retrospectiva que abrimos caminhos para entender a estrutura do nosso cenário midiático atual, repleto de monopólios da informação em sua história. Será possível, com a internet, uma real multiplicidade de vozes na imprensa? De que maneira a *convergência das mídias* (des)constrói esse processo? Na tentativa de propor um exercício de questionamento que não deixa resposta sem pergunta e não o contrário, tecemos hipóteses escolhendo um estudo de caso que reflete todas (ou quase todas) as incertezas e transformações do paradigma da Verdade à função social do jornalismo: as manifestações populares que foram das redes sociais às ruas do país desde junho deste ano, garantindo espaço em uma gama inesgotável de alternativas de produção de discursos, sejam elas tradicionais ou frutos das *novas mídias*.

4. FATOS E VERSÕES

Para discutir a questão das *verdades* e da legitimidade do discurso jornalístico na atualidade, optou-se pela escolha de um episódio recente, de caráter nacional, que tenha sido capaz de abalar os pilares do cenário midiático ou, ao menos, suscitar novas posturas. As “Jornadas de Junho”, como se refere o autor do livro *Cidades Rebeldes*, Lincoln Secco, às manifestações populares que saíram das redes sociais para tomar as ruas do país em mais de 350 cidades brasileiras no último semestre, foram eleitas marco de uma reforma político-social em potencial. “Eles não nos representam”, era o que gritavam aos quatro ventos os militantes sobre seus governantes. Eleitos? Sim. Representativos? Não, estavam deixando de ser. A mediação política teria ruído junto às instituições e suas ações não corresponderiam mais às demandas e reivindicações de um corpo social que agora se planeja organizar de maneira linear, sem líderes ou partidos.

Motivados pela Primavera Árabe, que ocorreu em 2010 no Oriente Médio e em países do norte da África – dos quais destacam-se Tunísia, Egito, Líbia e Síria – e pelo *Occupy Wall Street*, que tomou os arredores do coração financeiro de Manhattan no ano seguinte, os manifestantes brasileiros exigiam outros horizontes para um prognóstico mais justo, participativo e transparente, fazendo do ambiente virtual seu espaço de recrutamento de pessoal, planejamento e intervenções, uma espécie de prévia e chamariz daquilo que se veria concretamente nos logradouros urbanos. Das redes às ruas, um mundo de possibilidades se abriu para que os *indignados* pudessem se expressar, estivessem suas lamúrias estampadas na grande mídia, a tradicional, ou não. “Uma reapropriação mental do fenômeno técnico nos parece um pré-requisito indispensável para a instauração progressiva de uma tecnodemocracia” (LEVY, 1993, p.8).

Como causa inicial, os transportes públicos. Revoltados com a baixa qualidade dos serviços oferecidos a preços exorbitantes, a notícia de que as tarifas aumentariam ainda mais foi a gota d’água. O Movimento Passe Livre (MPL) de São Paulo, que defende o “acesso amplo e irrestrito à cidade”³³, iniciou passeatas em vias públicas de tráfego intenso em dias úteis, como a Avenida Paulista e a Marginal Tietê, na intenção de dar visibilidade às queixas da população e alcançar os ouvidos dos patamares responsáveis. O problema é que a mídia tradicional fechou os olhos para as aglomerações nos grandes centros,

³³ Descrição retirada da Carta de Princípios do Movimento Passe Livre de São Paulo, disponível em: <http://saopaulo.mpl.org.br/>. Último acesso: 26 de novembro de 2013, às 23h47.

mantendo-se alheia aos acontecimentos até ser obrigada a noticiá-los. Desta vez, foi o público, os próprios atores sociais, quem ditou as regras. “Os eventos estarão ordenados não por sua sequência temporal, mas por interesse ou importância decrescente, na perspectiva de quem conta e, sobretudo, na suposta perspectiva de quem ouve” (LAGE, 2006, p.22). Contrariando os interesses dos jornais-empresas que por motivos editoriais ainda não haviam se pronunciado, as manifestações recebiam novos adeptos a cada encontro e se espalharam para as cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Curitiba, Maceió e Porto Alegre, chegando a Brasília e ao Congresso Nacional³⁴. Ficou difícil negá-las. Logo, o debate passou a ser sobre a *forma* como se narrariam as recentes mobilizações, pois a pauta já tinha virado questão obrigatória.

Agravada pela postura policial, que assumiu o caráter de violência legitimada pelo aparelho estatal para *conter e reprimir* as manifestações – mesmo que, de acordo com a Constituição Federal de 1988, esse seja um direito garantido por lei –, a cobertura midiática não mediu esforços para estampar manchetes sensacionalistas e reducionistas na tentativa de deslegitimar as ações populares: “Crime contra a ordem pública”, estava em todas as primeiras capas, portais de notícias, nos rádios e telejornais. A referência à ação dos autonomistas – daqueles rotulados anarquistas, os “Black Blocs”, às vezes por eles próprios, às vezes pela mídia – no final das manifestações, se dava sempre no horário nobre, pautando deste modo os telejornais. Na Rede Globo, por exemplo, era assunto garantido no Jornal Nacional, programa *essencialmente informativo* que antecede, na grade, a telenovela de maior audiência da emissora, a das 21h.

Classificada como “reação exagerada” pelos militantes, a ação da polícia era corroborada por declarações polêmicas das autoridades (chefe das secretarias de segurança, prefeitos e governadores), mas a versão dos manifestantes pouco aparecia – um choque com os mandamentos do *bom jornalismo*, que, como vimos anteriormente, é norteado pela pluralidade de fontes e por um ideal de neutralidade. Instaura-se, portanto, a discussão entre versões, deixando os fatos opacos na dicotomia real-simulacro: vândalos ou manifestantes; repressão ou manutenção da ordem; depredação de patrimônio público ou luta por direitos? No que deveríamos *acreditar* ou quais visões deveríamos *defender*?

O universo das notícias é o das aparências do mundo. O noticiário não permeia o conhecimento essencial das coisas, objeto do estudo científico, da prática teórica, a não ser por eventuais aplicações a fatos concretos.

³⁴ Segundo estimativas oficiais da Polícia Militar, no dia 17 de junho de 2013, cerca de 100 mil pessoas se reuniram na cidade do Rio de Janeiro, na Avenida Rio Branco. Em São Paulo, o número atingiu a marca dos 65 mil.

Por detrás das notícias corre uma trama infinita de relações dialéticas e percursos subjetivos que elas, por definição, não abarcam (LAGE, 2006, p.23-24).

Porto Alegre foi o primeiro caso em que as manifestações conseguiram barrar o reajuste da tarifa das passagens de ônibus, reduzindo o valor em vinte centavos – de R\$ 3,05 para R\$ 2,85. O estímulo foi tamanho que os limites do movimento se alastraram para além dos fins econômicos estritos, como argumentavam as faixas: “Não é só pelos 20 centavos. É por direitos”. E o embate com o braço armado do Estado tornou-se cada vez mais frequente e acirrado. Desde as “Diretas Já!”, em 1984, não se viam tantas pessoas nas ruas, articuladas por uma causa, ainda que pouco delineada – quiçá, fosse esse o prato feito para os niilistas tupiniquins, que identificavam indícios suficientes para sustentar a prostração das camadas populares e a baixa adesão a movimentos sociais e causas coletivas. As motivações eram múltiplas, assim como as vozes. Não se sabia bem o que queriam, mas o que não queriam era claro. “O gigante acordou”, ouvíamos. E, pelo jeito, não voltaria a dormir tão cedo. O que começou por uma exigência de melhorias na qualidade dos transportes públicos se estendeu a cobranças nas áreas da saúde e da educação, transformando as pautas dos atos e, por conseguinte, seus orquestradores – constituíam agora um grupo heterogêneo e de reivindicações diversas.

Como pensar, nessa conjuntura, uma mídia conivente com os interesses do capital e, portanto, atrelada as artimanhas do Estado, quando grande parte de seu público não consente com tais medidas? Da necessidade, fez-se um *outro* circuito, um circuito paralelo de fluxo de informação. E a alternativa apareceu através da internet. A experiência das *novas mídias* possibilitou que aparelhos de telefone celular, os modernos *smartphones* (com câmeras de alta resolução e conexão rápida a redes sociais integradas), microcomputadores e *tablets* ocupassem postos de fiscais e delatores, fazendo das plataformas *onlines* (*Youtube*, *blogs*, *Facebook* e *Twitter*, por exemplo) seus mais eficazes meios de compartilhamento. “Eu vejo, eu mostro”, este era o lema dos relatos, que começaram a brotar no mundo virtual sob a égide da credibilidade de testemunhos. “Um modelo digital não é *lido* ou *interpretado* como um texto clássico, ele geralmente é *explorado* de forma interativa” (LEVY, 1993, p.122).

“Quem ensina e quem aprende? Quem pede e quem recebe? Quem infere a partir de novos dados, conecta entre si as informações, descobre conexões? Quem percorre incansavelmente a trama labiríntica da rede? Quem simula o quê? Indivíduos? Programas agentes? Grupos conectados por *groupwares*? Operadores de todos os tipos. (...) Porque há muito que o saber se acumula, cresce e fermenta, se altera e se estraga, funde e

bifurca em uma grande rede mista, impura, fervente, que parece pensar por conta própria” (LEVY, 1993, p.132).

Assim, a pluralização de ofertas de pontos de vista se deu a partir do deslocamento das vozes oficiais, aquelas personificadas pelos jornalistas dos grandes conglomerados midiáticos, às vozes dos cidadãos comuns que, concordando ou não com a razão das manifestações, disseminavam seus olhares e impressões obtidos na vivência das situações descritas ou, apenas, construídos na observação das informações disponíveis. Cada manifestante apresentava uma nova versão, cada morador, cada comerciante, cada transeunte, incitando de maneira intensa a participação ativa do público, que não mais era direcionado (ou condicionado) por abordagens escassas e superficiais de veículos específicos, mas deparava-se com uma vasta gama de narrativas disponíveis para análise seletiva – vale destacar, versões essas muitas vezes contraditórias entre si e opostas ao discurso da mídia tradicional. Foi necessário, então, questionar-se, interpelar-se pelo *verdadeiro*.

Um modelo digital normalmente não é nem ‘verdadeiro’ nem ‘falso’, nem mesmo ‘testável’, em um sentido estrito. Ele apenas será mais ou menos útil, mais ou menos eficaz ou pertinente em relação a este ou aquele objetivo específico. Fatores muito distantes da ideia de verdade podem intervir na avaliação de um modelo: a facilidade de simulação, a velocidade de realização e modificação, as conexões possíveis com programas de visualização, de auxílio à decisão ou ao ensino (LEVY, 1993, p.121).

Para Nietzsche (2002), *é preciso ter ainda um caos dentro de si para poder dar à luz uma estrela dançante* e é a partir de uma profunda crise dos fundamentos e dos enunciados que se pode pensar em uma nova estruturação da cobertura jornalística no Brasil, consolidada, anos a fio, por um sistema de poder excludente e filtrante, de origens monopolistas e aristocráticas, que condicionava discursos e público a vieses pouco interativos. Decretada a falência da Verdade e da representação em detrimento à lógica dos simulacros, a opinião se estabelece, novamente, como um instrumento de inserção social: *é preciso escolher, é preciso saber*, pois não há mais uma única interpretação previamente concebida acerca dos fatos, uma interpretação absoluta e inequívoca, nem mesmo quando se trata dos *acontecimentos jornalísticos*, por muito delegados incorruptíveis. Essa possibilidade de múltiplas vozes dissonantes, embora simultâneas, ampliou o caráter opinativo em detrimento do exclusivamente informacional, além de abrir precedente para que outros dispositivos ganhassem maior visibilidade na rede, como foi o caso da iniciativa

Mídia Ninja, com modelo de transmissão “sem corte e sem censura”³⁵, em tempo real, direto das ruas.

A *Revolta do Vinagre* – nome de batismo conferido ao movimento pelos envolvidos, já que o vinagre era a única substância capaz de amenizar os efeitos do gás lacrimogêneo lançado pelos policiais contra os manifestantes – incorporou ares de revolução, atingindo não só os símbolos físicos do poder político-econômico vigente – Congresso Nacional, Assembleias Legislativas, Câmaras Municipais, agências bancárias e lojas de departamentos – com os *Black Blocs*³⁶, mas também e, principalmente, os símbolos abstratos das rédeas da contemporaneidade: sedes de emissoras de televisão e dos jornalões, que, ao longo deste período, vêm sendo questionados e, por vezes, *desmentidos*. “É nessa apreensão da ‘realidade’ que se concentra toda a problemática da maior ou menor fidelidade jornalística aos fatos a que se refere” (SILVA, 2011, p.49) a atividade.

4.1. As construções e as rupturas históricas

Segundo o historiador Paulo Terra, especialista em história urbana e movimentos de trabalhadores pela Universidade Federal Fluminense, ambas as posturas, tanto do Estado quanto da imprensa, são formas de criminalização dos movimentos sociais. E não são novas. Para ele, na chamada Revolta do Vintém, ocorrida na cidade do Rio de Janeiro ainda em 1879, já se percebia claramente os estreitamentos de interesses e apadrinhamentos políticos entre as duas instâncias de poder: “Desde o primeiro movimento contra o aumento do valor das passagens, ainda no século XIX, é possível observar a forte repressão policial e a cobertura, muitas vezes, detratora nas folhas dos jornais”, estrutura que se repetiu a partir do quarto dia das manifestações, quando pela primeira vez, mesmo

³⁵ *Mídia Ninja* é um coletivo midiático que prima por “narrativas independentes, jornalismo e ação” (significado de sua sigla) em transmissões “sem corte e sem censura”, na intenção de criar posicionamentos paralelos ou opostos ao discurso uníssono e comprometido por interesses político-econômicos da imprensa tradicional. Com a cobertura das manifestações, o coletivo ganhou força e visibilidade na internet, consolidando o que ficou conhecido como *fenômeno do midiativismo* (ou mídia livre). Informações disponíveis em www.facebook.com/midiaNINJA. Último acesso: 27 de novembro de 2013, às 15h26.

³⁶ Normalmente equipados com roupas impermeáveis, máscaras de gás, gorros, capacetes e escudos, o grupo que faz uso da tática “Black Bloc” se destaca do resto dos manifestantes. Quando há confronto direto com a polícia, eles tomam a frente do grupo, empunham pedaços de madeira, pedras e lançam coquetéis *molotov*. Com origem no fim da década de 1980, na Europa, o *bloco negro* ganhou força com a crise do capitalismo neoliberal, na virada dos anos 2000.

que de maneira deturpada, os atos foram alvos de significativa repercussão na mídia tradicional³⁷.

A Revolta do Vintém, numa espécie de *dejà vu* às avessas, reuniu cerca de cinco mil pessoas que, lideradas pelo republicano Lopes Trovão, tentaram entregar a D. Pedro II uma petição em prol da revogação de uma taxa de vinte réis (um vintém, à época) instaurada sobre os bondes puxados a burros. No entanto, a polícia não permitiu que a multidão se aproximasse do palácio do imperador, no bairro de São Cristóvão, impulsionando um quebra-quebra generalizado. Bradando “Fora o vintém!”, os manifestantes reagiram espancando condutores, esfaqueando mulas, virando bondes, arrancando trilhos e paralelepípedos das ruas. Se o desfecho se deu como manejo político para contenção das insatisfações ou como um mero ato de desmoralização, não sabemos. O importante é que o governo luso-brasileiro revogou a taxa.

E esta é apenas uma das muitas demonstrações de força do povo brasileiro, que, se analisadas, são capazes de desconstruir alguns dogmas ou noções de senso comum carregadas por nós quase como um estigma: o primeiro, e talvez mais importante deles, é a visão de que constituímos um povo pacífico, extremamente pacífico – o que, em associação, aproxima-se de maneira direta da ideia de *passividade*. Será? Para Carlos Vainer, especialista em planejamento e políticas urbanas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, essa é uma questão controversa, estrategicamente sustentada como pano de fundo das recentes manifestações no país para corroborar a noção conformista e não participava dos nossos cidadãos na política, que, renitente, assola alunos dos ensinos médio e fundamental escolas Brasil a fora.

“As elites nacionais são violentas. Historicamente, a violência dos dominantes foi a única forma de reprimir ou controlar movimentos de resistência das classes oprimidas. E não foram poucos”, contextualiza Vainer. “Essa ideia de que o povo brasileiro é pacífico, receptivo e festeiro por natureza me parece muito simplista. É uma forma suave de racismo, pois se baseia na lógica de que atributos pré-definidos determinam a personalidade e o caráter de um povo”, critica Vainer. “É como se um fator externo a nós construísse nossos sentimentos, vontades,

³⁷ Em 13 de junho de 2013, ao menos 235 pessoas foram detidas, sendo uma delas repórter da revista Carta Capital e outras quatro enquadradas em categoria criminosa de formação de quadrilha sem direito a maiores investigações ou julgamentos posteriores. Esses detidos foram condenados a penas inafiançáveis na cidade de São Paulo e o governador do estado, Geraldo Alckmin (PSDB) não hesitou em taxar a ação o rótulo de “ato de vandalismo”, delegando exclusivamente às investidas policiais o destino dos “baderneiros”. Hoje, seis meses após as “Jornadas de Junho”, três presos políticos oriundos dessas manifestações ainda permanecem enclausurados em centros de detenção de segurança máxima na cidade do Rio de Janeiro, sem qualquer visibilidade na mídia tradicional e tendo, recurso atrás de recurso, negado seus pedidos de habeas corpus, inclusive pelo Supremo Tribunal Federal.

desejos, anseios e frustrações. Como se tudo isso já viesse inscrito em nosso DNA.”³⁸

Historicamente, a formação cultural brasileira é extremista: patriarcal, escravocrata e moralista, preponderando a submissão da mulher, do negro e do índio e a supremacia dos dogmas religiosos, principalmente daqueles provenientes da Igreja Católica, que somam à tradição nacional uma série de discursos arraigados como verdade absoluta e, portanto, de difícil negação e mudança. Mas tendo em mente a questão *positiva do poder*, enquanto produtor de saber e individualidade (FOUCAULT, 2006), não se pode perder de vista os interesses intrínsecos a essas mensagens, cuja função primordial é manter as estamentas sociais, reproduzindo-as por dispositivos de controle, que hoje encontram na mídia seu maior canal de disseminação. “Quando a população protesta, dizem que não há motivo. Isso, para mim, é uma violência. Esta arrogância de apresentar ao mundo a ideia de uma sociedade que resolveu seus problemas gloriosamente é um modelo de apagamento”, declara Carlos Vainer, referindo-se às desigualdades sociais que aqui persistem³⁹.

Isto que dizer que nenhum fato é um fato puro. Todo fato é percebido e construído constantemente na forma de categorização dos objetos. As categorias são versões públicas do mundo. É uma forma de agir socialmente. É uma construção social do mundo. Diante dessa nova formulação, o valor referencial da língua se dá pela produção *contextual e interacional*. Não existe o *a priori* (SILVA, 2011, p.59-60).

No entanto, os tempos mudaram e exigem relacionamentos em rede, menos rígidos e hierárquicos. Para Maurício Parada, professor de História Moderna e Contemporânea da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, “a população quer mais do que uma televisão de 42 polegadas”⁴⁰, ela quer ser ouvida e quer falar:

Nos últimos 20 anos, o país passou por uma mudança significativa na composição da sociedade, transformação ocorrida especialmente pelo deslocamento de parte da população para fora da zona de pobreza. No

³⁸ Esta declaração do professor Carlos Vainer faz parte da matéria *Povo pacífico?* publicada no site da Revista de História da Biblioteca Nacional no dia 18 de junho de 2013. O texto está disponível em: <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/reportagem/rebeldia-no-sangue>. Último acesso em 27 de novembro de 2013, às 1h24.

³⁹ Esta declaração também faz parte da matéria *Povo pacífico?* publicada no site da Revista de História da Biblioteca Nacional no dia 18 de junho de 2013. O texto está disponível em: <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/reportagem/rebeldia-no-sangue>. Último acesso em 27 de novembro de 2013, às 18h56.

⁴⁰ Declaração retirada da entrevista *Mais que televisão* do professor Maurício Parada à Revista de História da Biblioteca Nacional, publicada em 26 de junho de 2013. Texto disponível em: <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/entrevista/mais-que-televisao>. Último acesso: 27 de novembro de 2013, às 19h03.

entanto, a incorporação dessa massa a uma cidadania definida apenas pelo consumo tem um limite, a população que mais do que uma televisão de 42 polegadas. Trata-se de reivindicar, ainda que nesse momento de forma pouco clara, a construção de um estado de bem estar social que nunca se instalou no Brasil. Parece que estamos vivendo em uma sociedade integrada ao espetáculo global do consumo sem termos estabilizado modelos sólidos de educação, saúde, transporte e segurança pública. As manifestações são por direitos e isto é claro (PARADA, 2013)⁴¹.

Parece que estamos, finalmente, num ponto de virada. E a mídia é protagonista desta trama que conta com o capital e as instituições em papéis coadjuvantes, principalmente as de caráter político. O triunfo do consumo reificou a informação à título de mercadoria e sua produção acelerada precisou, para atender às exigências de rendimento e comerciabilidade, aderir aos preceitos da cultura do imediatismo, o que acabou por resultar em um descompromisso tremendo com a apuração. Frequentemente, as visões fechadas das agências de notícias, além de imprimir versões exclusivas de assessorias de imprensa, que defendem e vendem a imagem de seus clientes, são as únicas interlocutoras. Criado para “ser os olhos e ouvidos da sociedade” (BARBOSA, 2007, p.24), o jornalismo enfrenta desafios sérios, precisando reinventar-se e suscitar “propostas que não são conselhos” (BUCCI, 2000, p.203), mas diretrizes.

4.2. Outras vozes: o midiativismo

De um lado, a mídia tecnicamente isenta de opiniões e pareceres, tradicional, cuja orientação pós-1950 é de apenas informar, embora sua atividade esteja repleta de jogos de poder e sentido. Em oposição, as investidas do midiativismo, que propõe uma mídia livre e independente, zelando pelo “faça você mesmo” ao invés de se prender a amarras contratuais por vezes paralisantes. Advindas do universo do *jornalismo-cidadão*, essas *novas mídias* fazem valer os preceitos de um *outro* jornalismo, não mais unidirecional e vertical, mas em rede e multipolarizado. Ainda embrionárias? Sem dúvida. Mas diante das atuais circunstâncias, traçam projeções um tanto quanto promissoras, apresentando ao público e aos próprios repórteres, que agora se revezam entre emissores e receptores das mensagens, diferentes meios de se produzir e distribuir notícias.

“A progressão multiforme das tecnologias da mente e dos meios de comunicação pode ser interpretada como um *processo metafísico molecular*, redistribuindo sem descanso as relações entre sujeitos

⁴¹ Idem nota 40.

individuais, objetos e coletivos. Quem pensa? É o sujeito nu e monádico, face ao objeto? São os grupos intersubjetivos? Ou ainda as estruturas, as línguas, as *epistemes* ou os inconscientes sociais que pensam em nós?” (LEVY, 1993, p.10).

De acordo com Pierre Levy, a primeira loja de informática pessoal, a Byte Shop, abriu no final de 1975, nos Estados Unidos. E, de lá para cá, esses equipamentos estão cada vez mais portáteis e mais acessíveis, possibilitando a consolidação do fenômeno denominado *convergência das mídias*: imagem, som, texto, tato, estímulos reunidos em conjunto num mesmo dispositivo. Uma verdadeira febre mundial, que das crianças à terceira idade, parece estar contagiando a maioria. “Ao progredir, a digitalização conecta no centro de um mesmo tecido eletrônico o cinema, a radiotelevisão, o jornalismo, a edição, a música, as telecomunicações e a informática” (id. ib., p.103). Os avanços foram rápidos e a cada ano, a cada mês, um determinado aparelho se torna obsoleto, enquanto outros, de novas interfaces, são lançados e imediatamente adquiridos por milhares de usuários. É a vez dos chamados *coletivos* entrarem em cena, com uma arte sob medida preparada especialmente para eles.

“Não há identidade estável na informática porque os computadores, longe de serem os exemplares materiais de uma imutável ideia platônica, são redes de interfaces abertas a novas conexões, imprevisíveis, que podem transformar radicalmente seu significado e uso. O aspecto da informática mais determinante para a evolução cultural e as atividades cognitivas é sempre o mais recente, relaciona-se com o último envoltório técnico, a última conexão possível, a camada de programa mais exterior” (LEVY, 1993, p.103).

A *Mídia Ninja* é um bom exemplo não só pela visibilidade que alcançou em suas transmissões, mas por ter sido o primeiro coletivo a impactar, de fato, o imaginário social. Ao transmitir, ao vivo, os confrontos entre a Polícia Militar e os manifestantes na cidade de São Paulo, no dia 18 de junho, atingiu a extraordinária marca de cem mil espectadores. Hoje, já soma 227 mil seguidores⁴² em sua página na internet – um salto extraordinário para apenas seis meses. Esse modelo direto e colaborativo agrega quantos voluntários se interessarem pelo projeto, seja para organizar reuniões ou debates, arrecadar verbas e equipamentos, monitorar acessos ou, até mesmo, ocupar as funções de repórter, fotógrafo, editor ou similares. Sem fins lucrativos, eles se sustentam através de parcerias e doações, fazendo de seus equipamentos pessoais as ferramentas de trabalho.

⁴² Dados auferidos a partir do perfil do coletivo no Facebook. Último acesso em 27 de novembro de 2013, às 20h03.

Para o ninja Filipe Peçanha, de 24 anos, a mídia independente vem ganhando espaço com a insatisfação diante da cobertura dos protestos feita pela grande mídia. “A gente tem virado um pouco a referência durante os atos públicos, as pessoas demonstram apoio ao nosso trabalho. Ao contrário do que acontece com repórteres de veículos como a Globo.”⁴³

Este é o perfil: jovens, de orientação política esquerdista ou de tendências anarquistas, usuários assíduos de redes sociais, amantes da tecnologia e do jornalismo, sendo, em esmagadora maioria, estudantes ou profissionais da área. “O suporte da informação torna-se infinitamente leve, móvel, maleável, inquebrável. O digital é uma matéria, se quisermos, mas uma matéria pronta a suportar todas as metamorfoses, todos os revestimentos, todas as deformações” (LEVY, 1993, p.103-104). As transmissões ninjas são feitas quase sempre por celulares e dispositivos 4G e o improviso não é exceção, mais regra. Como olhos, as câmeras escolhem ângulos, situações de confronto específico e personagens ícones para filmar, não se eximindo, portanto, de significativa parcialidade. Para eles, o objetivo é transportar o espectador ao local do acontecimento, o que, romantismo a parte, sabemos ser impossível. Apesar de apresentar limites intransponíveis, a qualidade do trabalho é diretamente proporcional ao comprometimento e à possibilidade de ofertar ao público correntes de um jornalismo completamente diferente, em conteúdo e formato, daquele através do qual a mídia tradicional o bombardeia diariamente.

Esse tipo de engajamento, que faz o repórter assumir o ponto de vista do manifestante, é o que, na opinião da diretora da ECO [*Escola de Comunicação da UFRJ*], Ivana Bentes, constitui a riqueza do grupo. “A Ninja trabalha com a comoção, o desejo e a participação social, é um tipo de narrativa muito mais interessante do que a ideia pobre e corporativista de jornalismo”, declarou durante a reunião do coletivo. (...) Para Bruno Torturra, o jornalista mais experiente da turma, trata-se de uma narrativa que rompe alguns paradigmas clássicos da profissão ao mesmo tempo em que retoma sua função essencial. “Nosso principal objetivo é retomar para a causa do jornalismo e da comunicação seu papel ativista de servir como olho público e fornecer informações cada vez mais qualificadas para defender a democracia”, explica. “Não sei se vamos ter um manual de redação, acho que o bom senso vai se tornar o nosso manual.”⁴⁴

⁴³ Declaração feita à repórter Natalia Mazotte, retirada da matéria *Jornalistas independentes da mídia ninja ganham atenção* publicada no blog Jornalismo nas Américas em 25 de julho de 2013. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed757_jornalistas_independentes_da_midia_ninja_ganham_atencao. Último acesso: 27 de novembro de 2013, às 20h17.

⁴⁴ Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed757_jornalistas_independentes_da_midia_ninja_ganham_atencao. Último acesso: 27 de novembro de 2013, às 20h38.

Uns detentores da técnica, dos recursos financeiros. Outros munidos de emoção, ideais e força de vontade. Este é o caminho para se perceber a dimensão da transmissão de um fato em suas deformações e distorções, mas também em suas representações mais fiéis. Nesta história, não existe *certo* ou *errado*, apenas pontos de vista, que variam mediante circunstâncias e atores sociais. A valorização da multiplicidade do mundo enquanto tal, da vida, dos indivíduos e de suas faculdades clama por uma igual pluralidade de versões, não para dizer que todas se equivalem e, sim, para experimentar as tensões existentes entre elas, empenhando-se na ação – ação de informar, ação de transmitir, ação de reinterpretar. É pelo conjunto de possibilidades do acontecimento que nos aproximamos dele. Cabe a nós zelar para que esta diversidade se fortaleça e assuma, por direito, lugar cativo em meio ao fazer jornalístico, seja ele exercido em vias independentes ou corporativas. O futuro é incerto. Sequer sabemos se existe mesmo um futuro. Trabalhemos...

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho partiu de uma inquietação. Na tentativa de entender os mecanismos de construção da opinião pública e mapear os níveis de influência da mídia sobre o imaginário social na contemporaneidade, buscou-se realizar uma investigação de cunho filosófico acerca da trajetória do pensamento ocidental, seus principais marcos, heranças e paradigmas. Em uma viagem ousada, de aproximadamente 25 séculos, o convite ao leitor exigia, talvez, mais dele que da própria autora. Pois para acompanhar a proposição de hipóteses e as consequentes tentativas de comprovação das mesmas, foi preciso despir-se de conceitos pré-formados e impressões acerca de nossa realidade por tanto incorporados e naturalizados nas correntes de visões de mundo disponíveis historicamente pela difusão dos discursos ditos *legítimos*.

Partindo da noção foucaultiana que implica nas relações de poder a questão da *ordem do discurso*, os esforços se centraram na intenção de associar os enunciados emitidos pelas instituições sociais, sejam elas de vieses políticos, econômicos ou religiosos – o que também abarca a ideia cientificista de progresso – à consolidação e perpetuação de verdades, postulados capazes de coibir, reduzir e manipular, mas também, e em igual patamar, de gerar conhecimento. Verificou-se, então, através da busca sobre o que essas instituições compreendem como sua própria verdade – por exemplo, a imprensa, o Estado, a Igreja, as universidades e a família –, que essa sociabilidade não obedece mais, necessariamente, a regras verticais de hierarquia ou fluxos unidirecionais de comportamento. Estão, ao contrário, ramificadas para além dos lugares de fala de *referência*, relativizando os conceitos de hegemonia e resistência, presentes agora em todos os estágios de interação com variações apenas no que diz respeito à intensidade.

Assim, norteados por uma deontologia do jornalismo, focou-se no surgimento das *novas mídias*, que oriundas de inovações tecnológicas como computadores portáteis e telefonia móvel com câmeras e microfones integrados, possibilitou um rápido acesso a redes de compartilhamento de informações *online* – cuja principal característica são os testemunhos e relatos pessoais de determinadas situações, no caso, as aqui apresentadas *Jornadas de Junho* – responsáveis por pluralizar as vozes do cenário midiático brasileiro atual, antes regido exclusivamente pelas estratégias de comunicabilidade dos veículos tradicionais, os jornais-empresas.

Fruto de dois anos de uma pesquisa de Iniciação Científica, esta monografia vem, como um divisor de águas, selar um rito de passagem, encerrando um ciclo: a graduação. O tema? Não seria possível e, de maneira alguma, se engendrou tal pretensão. Ciente (e esperançosa) de ter contribuído de alguma forma às discussões nas áreas de produção de subjetividades e modos de individuação, a autora se despede do curso de Jornalismo da Escola de Comunicação da UFRJ reiterando sua vontade de continuar na luta pela elaboração de trabalhos que proponham alternativas sólidas e viáveis ao discurso pós-moderno, já que este parece estar indissociadamente atrelado aos interesses do capital e das políticas neoliberais no mundo globalizado, sendo por demais excludente e seletivo.

À Pós-Modernidade, termo por mim ultimamente questionado em demasia, o desenho de uma *outra* ideia, a de *História Estagnada*. Configurando-se como um período no qual se suspendem os fluxos contínuo e causal da História Moderna mas que, no entanto, a noção de tempo não é abolida como pilar determinante da realidade, proponho uma superfície sensível do paradoxo instaurado entre o moderno e o pós-moderno, misturando características de um e de outro não como um estágio transitório, mas como uma terceira opção à potencial exclusão de uma das estruturas em benefício da outra. É aderindo a esta hipótese, na condição de examinar argumentos que por ventura a sustentem, que venho investindo em um projeto de mestrado a ser realizado dentro do programa de pós-graduação desta universidade, enxergando na informação um possível vínculo entre as dimensões do real e do virtual, da verdade e do simulacro, do fundamento e da verossimilhança, capaz de trazer as dicotomias teóricas da academia à uma vivência suportável em nossas vidas comuns.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Marcio d'. Sobre Tempos e História: o paradoxo pós-moderno. In: LEÃO, Emmanuel Carneiro. *Pensamento do Brasil*, v.1. Rio de Janeiro: Hexis, 2010, p. 351-369.
- _____. *Comunicação e diferença: uma filosofia de guerra para uso dos homens comuns*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- _____. Amor e Verdade na Cultura Contemporânea. Rio de Janeiro, UFRJ, 15 out. 2011. Aula ministrada a ex-alunos de Comunicação Social da ECO-UFRJ, no Campus da Praia Vermelha.
- _____. Descrição do Projeto *História Filosofia Religião: interfaces na cultura comunicacional pós-moderna*, submetido ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) em 2011.
- BARBERO, Jesus-Martin. *Dos meios às mediações*. RJ, Editora da UFRJ, 1997.
- _____. *Dislocaciones del tiempo y nueva topografía de la memória*. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de; REZENDE, Beatriz (orgs.). *Artelatina: cultura, globalização e identidades*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- _____. *Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados*. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, ano 1, n.1, Julio/Diciembre 2004. São Paulo: ALAIC, 2004.
- BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa (Brasil – 1900-2000)*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- _____. *História Cultural da Imprensa (Brasil – 1800-1900)*. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1981.
- BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- _____. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- _____. *Vida para consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- _____. *Tempos líquidos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas, Magia e técnica, arte e política*. São Paulo, Brasiliense, 1985.
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de Política*. Volume 1. Brasília: UnB, 1998.

- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia – De Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- BURKE, Peter. *História social do conhecimento II – Da Enciclopédia à Wikipédia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- CARVALHO, Aloysio. *O caso Última Hora e o cerco da imprensa ao Governo Vargas*. Niterói: Editora UFF, 2012.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. E-Book: eBookLibris, 2003.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. SP, Perspectiva, 1990.
- ERBOLATO, Márcio L. *Técnicas de Codificação em Jornalismo – Redação, captação e edição no jornal diário*. São Paulo: Ática, 1991.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. São Paulo: Graal, 2012.
- _____. *Ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 2008.
- FREIRE FILHO, João; VAZ, Paulo (orgs.). *Construções do tempo e do outro – Representações e discursos midiáticos sobre a alteridade*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- FREUD, Sigmund. *O mal-estar na civilização*. São Paulo: Penguin & Companhia das Letras, 2011.
- GARCIA-ROZA, Luiz Alfredo. *Palavra e Verdade: na filosofia antiga e na psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- GORZ, André. *O imaterial – Conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2003.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Modernização dos sentidos*. São Paulo: Ed. 34, 1998.
- HARVEY, David. *O Neoliberalismo – história e implicações: O Estado neoliberal*. São Paulo: Loyola, 2005, 75 p.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HARTOG, François. *Regimes de historicidade – presentismo e experiências de tempo*. Rio de Janeiro: Autêntica, 2013.
- _____. *O tempo desorientado. Tempo e história*. “Como escrever a história da França?”. Anos 90, Porto Alegre, PPG em História da UFRGS, n. 7, julho 1997.
- HAUSSEN, Doris. Rádio Brasileiro: uma história de cultura, política e integração. In: Barbosa Filho, Piovesan e Beneton (orgs.) *Rádio – sintonia do futuro*. São Paulo, Paulinas, 2004, p.51-62.
- HEIDEGGER, Martin. *A questão da técnica*. In: *Ensaio e Conferências*. Coleção Pensamento Humano. Petrópolis: Vozes, 2002, p.11-38.
- _____. *Introdução à Metafísica*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1999.

- LAGE, Nilson. *Estrutura da Notícia*. São Paulo: Ática, 2006.
- LÉVY, Pierre. *As tecnologias da Inteligência*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.
- NIETZSCHE, Friederich. *O Crepúsculo dos Ídolos*. Porto Alegre: L&PM, 2009.
- _____. *Escritos sobre História*. São Paulo: Loyola, 2005.
- _____. *Assim falava Zarathustra*. E-Book: eBooksBrasil.com, 2002.
- ORTIZ, Renato. *A Escola de Frankfurt e a questão da cultura*. São Paulo: Unicamp, 1985.
- PLATÃO. *Górgias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- _____. *O Sofista*. E-Book: eBooksBrasil.com, 2003.
- RIBEIRO, Ana Paula. *Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, n.31, 2003, p.147-160.
- SILVA, Marconi. *Era tudo mentira: a verdade jornalística*. São Paulo: Intermeios, 2011.
- SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis, Vozes, 2006.
- _____. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- SONTAG, Susan. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

Websites:

- Revista de História da Biblioteca Nacional: www.revistadehistoria.com.br
- Observatório da Imprensa: www.observatoriodaimprensa.com.br
- Universidade Metodista de São Paulo: www.metodista.br

Textos online:

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento – Fragmentos Filosóficos* [1969]. Disponível em: http://www.nre.seed.pr.gov.br/umuarama/arquivos/File/educ_esp/fil_dialetica_esclarec.pdf
- HEIDEGGER, Martín. *A Doutrina de Platão sobre a Verdade* [1942]. Disponível em: <http://www.cfh.ufsc.br/~wfil/verdade.htm>